1. **AMAÇ**

Bu prosedürün amacı, Koç Üniversitesi’nin iletişim politikalarını belirtmek, bu politikalarla birlikte İletişim Direktörlüğü’nün görevini, amacını ve sorumluluklarını, kurum içi ve kurum dışı uygulama yöntemlerini belirlemek ve belgelemektir.

1. **KAPSAM**

İlgili prosedür Üniversite’nin tüm idari ve akademik personelini kapsar.

1. **REFERANSLAR**

Yoktur.

1. **SORUMLULUKLAR**
	1. Bu prosedürün uygulatılmasından Rektör sorumludur.
	2. Bu prosedürün hazırlanmasından ve/veya güncellenmesinden İletişim Direktörlüğü sorumludur.
	3. Bu prosedürün uygulanmasından başta İletişim Direktörlüğü olmak üzere, tüm fakülteler, enstitüler ve idari birimler sorumludur. Her fakültenin, enstitü ve idari birimin iletişim sorumluları ve ilgili birim yöneticileri, prosedürde yer alan her türlü durum/olay/konuda İletişim Direktörlüğü’nü bilgilendirmek, görüşüne başvurmakla yükümlüdür.
2. **TANIMLAR**
	1. **İç İletişim**

Kurum içi sinerjinin devamlı dinamik kalması ve çalışanların gerek yönetim ekibiyle, gerekse birbirleriyle iletişim halinde olmasıdır.

* 1. **Dış İletişim**

Kurumun dış paydaşlarla sürekli iletişimidir.

* 1. **Sosyal Medya**

İnternet kullanıcılarının birbirleriyle tanışması, iletişime geçmesi, içerik paylaşımında bulunması, tartışma ortamı oluşturması ve ortak ilgi alanlarındaki kişilerin bir araya gelebileceği gruplar oluşturulması amacıyla kurulan internet siteleri, sosyal ağlar olarak tanımlanır ve sosyal medya kapsamında değerlendirilir.

* 1. **Basın İlişkileri**

Kurumların paydaşları nezdinde marka bilinirliğini artırmak, kendisini en doğru şekilde ifade etmek ve bir üniversite olarak akademik düzeyde yapılan her türlü araştırma, buluş ve rastlanan bulgulardan kamuoyunu basın kanalı ile haberdar etmeyi kapsar.

* 1. **Tanıtım**

Üniversite’nin birincil hedef kitlesi olan öğrenciler, aileler ve rehber öğretmenlere yönelik düzenlenen lise meslek tanıtım günleri, eğitim fuarları, kampüs turları vb. tüm tanıtım çalışmalarını kapsar.

* 1. **Yayınlar**

Tanıtım kitapçıkları, yıllık raporlar, dergiler, broşürler, cep kılavuzları, el ilanları, posta kartları, posterler vb. basılı malzemeler, reklam, promosyon malzemeleri, internet medyasını (örn. sekmeler, künyeler, portallar, e-posta kartları) kapsar (Ayrıca Bkz. Basılı Malzemeler Prosedürü).

* 1. **Dış Paydaş**

Kurumun hizmetlerinden dolaylı olarak etkilenen, kuruluşu etkileyen kişi ya da gruplardır. Koç Üniversitesi’nin dış paydaşları aday öğrenciler ve velileri, öğretmenler, sivil toplum örgütleri, diğer üniversiteler, fikir liderleri, basın, iş dünyası, kamu kurumları yani genel kamuoyudur.

* 1. **İç Paydaş**

Kurumun, hizmetleri ile ilgisi olan, kurumdan doğrudan etkilenen ya da kurumu etkileyen gruplardır. Koç Üniversitesi’nin iç paydaşları yönetim, Mütevelli Heyeti, Danışma Kurulu, akademisyenler, idari çalışanlar, öğrenciler ve mezunlardan oluşur.

* 1. **İtibar Yönetimi**

Bir kurumun veya markanın itibarını daha iyi konuma getirmek için yapılan çalışmaların bütünüdür. Bu çalışmaların amacı, kurum veya marka için belirli bir kimlik konumlandırması yapmaktır.

1. **TEMEL TEMSİL PRENSİPLERİ**
	1. Koç Üniversitesi’nin başta dış paydaşlar nezdindeki basın ilişkileri, reklam ve ilan çalışmaları, tanıtım faaliyetleri ile tüm iletişim çalışmaları İletişim Direktörlüğü tarafından yürütülür. Böylece, paydaşlar ile sürekli ve tek sesli bir iletişim sağlanır.
	2. Tüm akademik ve idari birimlerin başta kriz iletişimi olmak üzere, iletişim süreçleri prosedürü içinde belirtilen her türlü konu ve başlıkta İletişim Direktörlüğü ile irtibata geçmeleri, görüşlerini almaları ve durumun her evresinde haberdar etmeleri gerekmektedir.
	3. İletişim Direktörlüğü’nün görevi, Koç Üniversitesi’nin tüm iç ve dış paydaşlarına ve hedef kitlesine doğru, güncel ve faydalı bilgiler sunmak ve Üniversite’nin içinde bulunduğu ortamı anlamasına, öngörmesine ve yönetmesine yardımcı olarak eğitim, düşünce ve hizmet alanlarındaki dinamik misyonlarına hizmet etmektir.
	4. İletişim Direktörlüğü ayrıca, toplumu ve üniversite camiasını Koç Üniversitesi’ndeki çalışmalar ve etkinlikler hakkında bilgilendirmeyi, Koç Üniversitesi’nin öğretim üyeleri, idari personeli ve öğrencileri tarafından sunulan katkıların toplum tarafından anlaşılma ve takdir edilme seviyesini yükseltmeyi, dış etkileri anlayıp bunların üstesinden gelme konusunda Üniversite’ye yardımcı olmayı ve öğretim üyelerine/görevlilerine ve idareye basın ilişkileri konusunda danışmanlık hizmetleri sunmayı amaçlar.
	5. İletişim Direktörlüğü gazeteler, radyo ve televizyon, dergiler, haber ajansları ve internet yayıncıları da dahil olmak üzere yerel, ulusal ve uluslararası haber medyasıyla yakın ilişki içinde çalışır.
	6. Koç Üniversitesi, ulusal ve uluslararası basın için güvenli ve itibarlı bir haber kaynağı konumundadır. Bu konumu koruma amacı ile haber değeri taşıyan, nitelikli, doğru ve kanıtlanabilir bilgi içeren duyurular/haber çalışmaları/röportajlar yapılmasına ve bu kapsamda basın ilişkilerinin yönetilmesine özen gösterilir.
	7. **Uygulama**
		1. **Kurumsal İletişim Faaliyetleri**

Koç Üniversitesi İletişim Ofisi’nin amacı, Üniversite’nin itibarını korumak ve artırmaktır. İletişim Ofisi, Üniversite’nin hem dış (medya, aday öğrenciler, mezunlar, aileler, KÜ dostları, kamuoyu vs.) hem de iç (öğrenci, öğretim üyeleri/görevlileri, idari personel, Mütevelli Heyeti vs.) ilişkilerini güçlendirmek için stratejik iletişim planı (üniversite çapında iletişim ağı ile birlikte) hazırlamak ve uygulanmasını denetlemekten sorumludur. Üniversite’nin öne çıkan başarılarını yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde duyurur.

İletişim Ofisi, Üniversite’nin merkezi yönetimi bünyesinde kapsamlı bir iletişim kapasitesi oluşturmanın yanı sıra, her türlü iç ve dış iletişim konusunda Rektör’e ve diğer üst düzey yöneticilere rehberlik sağlar. İletişim Ofisi, üniversite genelinde iletişim faaliyetlerinin koordinasyonu ve bu çalışmaların, mezun ilişkileri dahil, üniversitenin planlama ve geliştirme çalışmalarıyla entegre edilmesi konusunda fakülte ve idari personel ile yakın işbirliği içinde çalışır.

İletişim Ofisi’nin profesyonel kadrosu Koç Üniversitesi topluluğunun bütün üyelerine her zaman yardımcı olmaya ve rehberlik sağlamaya hazırdır.

Ofisin sunduğu hizmetlerden bazıları:

* Medya ve halkla ilişkiler (sorun yönetimi, tanıtım çalışmaları, internet sitesi yönetimi, medya eğitimi, kriz iletişimi, medya takibi ve medyada yer alma/erişim analizi, iletişim danışmanlığı)
* Uluslararası medya ilişkileri geliştirme ve sürdürme
* Etkinlik planlama desteği (protokol yönetimi ve etkinlik iletişimi)
* İç İletişim
* Yayım ve basım hizmetleri (basılı ve dijital kurumsal broşür, rapor, poster ve ilan/reklamların redaksiyonu)
* Tanıtım ve pazarlama (lisans ve lisansüstü öğrenci kazanma, ulusal ve uluslararası pazarlama kampanyaları)
* Kurumsal sosyal sorumluluk iletişimi
* Sosyal medya yönetimi ve takibi
* Üniversite’de gerçekleştirilen bilimsel çalışma, araştırma ve etkinliklerin bilim iletişimi araç ve yöntemleriyle tanıtımı ve yaygınlaştırılması.

**6.7.1.1. Halkla İlişkiler Yönetimi**

Halkla İlişkiler Yönetimi faaliyetlerinin amacı, Koç Üniversitesi’nin iletişim stratejilerine bağlı olarak hedef kitleleri nezdinde bilinirliğini artırma yönündeki faaliyetlere destek vermektir.

Bu kapsamda gerçekleştirilecek halka ilişkiler faaliyetlerinde aşağıdaki hedefler gözetilir:

* + - * 1. Koç Üniversitesi’nin görsel, yazılı ve işitsel medya ilişkileri nezdinde, ulusal medyada müttefik oluşturmaya yönelik, bilgi odaklı ve proaktif iletişimin kurgulanması, yerel medyanın erişiminden azami ölçüde yararlanılması ve sektörel medyada referans olarak konumlandırılması
				2. Koç Üniversitesi’nin stratejileri doğrultusunda gerçekleştirdiği iletişim faaliyetleri ve medya planlarına uygun olarak, faaliyetlerine yönelik farkındalık yaratılması ve hedef kitleleri nezdindeki tercih edilme ve sadakat algılarının yükseltilmesi
				3. Üniversite’nin “en”leri ve “ilk”lerinin düzenli olarak vurgulanarak kamuoyunda öncü algısının pekiştirilmesi
				4. Koç Üniversitesi’nin yakın coğrafyada güçlü bir oyuncu/araştırma odaklı, mükemmeliyet merkezi olarak konumlandırılması.

**6.7.1.2. İç İletişim**

İç İletişim faaliyetlerinin amacı, çalışan ve kurum nezdinde iletişimin karşılıklı olarak güçlendirilmesi adına çalışmalar yapılması ve bu gücün kamuoyuna yansımalarını sağlayarak, Üniversite’nin imajının “çalışan memnuniyetinin yüksek olduğu” kurumlar içinde yer almasına destek vermektir.

Bu kapsamda gerçekleştirilecek İç İletişim faaliyetlerini aşağıdaki gibi özetleyebiliriz:

* + - * 1. Çalışan bağlılığı ve memnuniyetinin artırılarak kurum kültürünü oluşturacak ilke ve değerlerin benimsenmesinin ve sürdürülebilirliğinin sağlanması,
				2. Bütün çalışanların zihninde güçlü, benzersiz ve tutarlı bir kurum kültürü yerleştirmek için İnsan Kaynakları birimi ile koordineli çalışmalar yapılması,
				3. Yönetim kademesiyle görüş birliği içinde İç İletişim programlarının hazırlanması ve uygulamaya destek verilmesi,
				4. Çalışanların iletişime açık olmasını, Kurum’un misyon ve hedeflerine sahip çıkmasını sağlayan etkinlikler planlanması ve uygulanmasına destek verilmesi,
				5. Kurum içi İletişimi artıracak projeler geliştirilmesi,
				6. Kriz durumlarında İç İletişim kanallarının yönetilmesi.

**6.7.2. Kurumsal İletişim Araçları**

Kullanılacak iletişim aracı, iletişimin hedefi, hedef kitlenin büyüklüğü ve yapısı, içeriğinin karmaşıklığı, zaman kısıtlamaları, hukuki konular vb. faktörler göz önünde bulundurularak Kurumsal İletişim Direktörlüğü tarafından belirlenir.

Aşağıda bütün iletişim araçları verilmemiş olup, yöntemler iletişimi tamamlayıcı niteliktedir. Ancak, hiçbir kurumsal iletişim aracı organizasyonun bütün kademelerindeki günlük bilgi paylaşımı ve iki yönlü iletişiminin yerini alamaz.

**6.7.2.1. Haber Duyuruları**

Yeni haberleri paylaşmak için en yaygın kullanılan araç yazılı haber duyurusudur. Koç Üniversitesi’ni ilgilendiren haberler “Haber Duyurusu/Bülten” yoluyla medyayla ve “İç Duyuru” yoluyla Koç Üniversitesi yönetimiyle paylaşılır.

Koç Üniversitesi düzeyindeki haber duyuruları birim, fonksiyon yöneticileri ve diğer uzmanların katkıları doğrultusunda Kurumsal İletişim Direktörlüğü tarafından hazırlanır. Kurumsal İletişim Direktörlüğü duyurunun yayımlanması öncesinde iletişim protokolleri çerçevesinde gerekli yönetici onaylarını tamamlar.

Kurumsal İletişim Direktörlüğü, Basın Açıklamaları’nı kurum içinde ve dışında aynı anda dağıtır, KU internet sitesinde ve gerekli görülen hallerde diğer iletişim kanallarında yayınlar.

Medya faaliyetlerini destekleme amacıyla görüntülü haberlere ihtiyaç duyulduğunda, bu tür videoların hazırlanması ve dağıtımı için birim iletişimlerindeki onay prosedürlerinin uygulanması zorunludur.

**6.7.2.2. Soru ve Cevap Belgeleri**

Tüm iletişim faaliyetleri için, Kurum içinde kullanılmak ve üçüncü taraflarla yapılacak sözlü iletişime temel teşkil etmek üzere hazırlanan, dışarıdan gelebilecek soruları içeren belgelerdir.

Sorular, Üniversite’nin çıkar ve görüşleri doğrultusunda, açıklamayı hazırlayan bölüm ve Kurumsal İletişim Direktörlüğü tarafından yanıtlanır. Bu tür soru-cevaplarda genelde hassas konular ele alınır.

Nihai onay Kurumsal İletişim Direktörlüğü tarafından verilir. Soru ve cevap belgesi, sadece ilgili konunun bütün ayrıntılarına hakim olması gereken kişilerin kullanımına sunulur.

**6.7.2.3. Brifing, Röportaj ve Teke Tek Görüşmeler**

Bir veya birden çok konuda ayrıntılı bilginin birkaç gazeteci veya ilgili kişilerle paylaşılmasının gerektiği durumlarda röportaj, teke tek görüşme veya toplantı yöntemi tercih edilir.

Kurumsal İletişim Direktörlüğü, üst yönetim ile yapılan bütün röportajların içeriğini hazırlar ve röportajlarda hazır bulunur. Ayrıca, üst yönetimde olmayan kişilerle KU genelini ilgilendiren konularda yapılan röportajlarda da hazır bulunurlar.

Genel olarak, medya temsilcileri ve ilgili kişilerle yapılacak bütün görüşmelerin titiz bir şekilde hazırlanması gereklidir. Görüşmeyi yapacak kişilerin görüşmeden önce medya eğitimi ve ilgili konuda danışmanlık almış olması ve konuya özel ayrıntılı bir soru-cevap belgesinin hazırlanması gereklidir. KU’nun iletişim sorumlusu da röportaj boyunca görüşme yapılan kişiye eşlik eder. İletişim sorumlusu, görüşme sırasında sorulan ek sorulara cevap verilmesi ve gerekli bilgilerin sağlanmasına yardımcı olur.

**6.7.2.4. Basılı Malzeme ve Yayınlar**

Büyük hedef gruplarına yönelik, karmaşık yapılı içeriğe sahip ve uzun süreli iletişim faaliyetleri için hazırlanan kurumsal broşür, gazete, dergi, CD, video ve internet sitesi vb. yayınlardır.

Mevcut kurumsal iletişim araçları dışındaki araçlar kullanılarak KU veya KU bünyesindeki yenilikleri anlatan metinler yayımlanmadan önce Kurumsal İletişim Direktörlüğü tarafından onaylanır. Kurum’a ilişkin tüm yayınların Koç Üniversitesi kurumsal kimlik esaslarına uygun olması zorunludur. Yayınların Koç Üniversitesi kurumsal kimlik esaslarına uygunluğundan Kurumsal İletişim Direktörlüğü sorumludur.

**6.7.2.5. İç İletişim Araçları**

Üniversite’nin, çalışanlarıyla paylaşımını gerektiren tüm iletişim faaliyetleri, farklı iletişim araçları vasıtasıyla gerçekleştirilebilir. Bu kapsamda faydalanılabilecek olan araçlar aşağıda verilmiştir:

* Fakülte-İdari Kadro Genel Kurul Toplantıları
* e-Posta Bildirimleri ve Kurum İçi e-Bültenler
* KUDaily
* POP’ler (poster, dönkart vb.)

**6.7.3. İletişim İlkeleri**

Koç Üniversitesi’nin temel değerleri güven, dürüstlük, saygı, şeffaflık ve sürekli gelişimdir. Üniversite’nin değerleri ışığında belirlenen iletişim ilkeleri bu madde kapsamındadır.

**6.7.3.1. Gerçeklere Dayalı Bilgi**

Sağlanan bilgilerin gerçeklere dayanması çok önemlidir. Koç Üniversitesi’nin en önemli önceliği, güven ve etik davranışların hakim olduğu bir ortam yaratmak ve sürdürmektir. Yanıltıcı ve yanlış mesajlardan, gerçekçi olmayan vaatlerden ve yanlış beklentiler yaratmaktan her zaman kaçınır. Üniversite’nin söyledikleri ile yaptıkları ve yapmayı planladıkları arasında hiçbir fark olmamalıdır.

**6.7.3.2. Ses Birliği**

Koç Üniversitesi, kurum içinde ve dışında pek çok paydaşı ile temas halindedir. Kurumdaki görevi fark etmeksizin, herhangi bir çalışanının verdiği bir beyan kurum adına yapılmış resmi bir beyan gibi kabul edilebilir.

Farklı hedef kitlelerine göre beyanların tarzı ve tonu değişebilir olmakla beraber, içeriği mutlaka aynı olmalıdır. Bu nedenle, bütün mesajların kurumun duruşuna uygun olması ve kurumla temas halindeki belirli hedef kitlelerin KU’nun ilgili iletişim birimine yönlendirilmesi hayati öneme sahiptir. Buna göre, tüm medya temsilcileri Kurumsal İletişim Direktörlüğü’ne, resmi kurum ve STK temsilcileri de Genel Sekreterliğe yönlendirilmelidir.

Medyadan gelen taleplere Kurumsal İletişim Direktörlüğü tarafından atanan ve bu konuda eğitimli, profesyonel çalışanlar tarafından cevap verilmelidir. Bu sorulara telefonda değil daima yazılı olarak yanıt verilmesi tavsiye edilir.

**6.7.3.3 Eşit Yaklaşım**

Bütün paydaşlarımızın KU ile ilgili olarak aynı anda bilgilendirilmeleri önem taşımaktadır. Bu, hem çalışanların bağlılığını ve güvenini yüksek tutmak açısından hem de Üniversite’nin verdiği bilgilere göre karar alan veya Üniversite’nin kamuoyundaki algısını şekillendiren kurum dışındaki kişilerin beklentisi açısından çok önemlidir. Sağlanan bilgiler tutarlı olmalı, tercihen bütün paydaşlarla aynı zamanda paylaşılmalı ve yasal açıdan mümkün olduğunda çalışanlar, haberleri üçüncü kişiler yerine doğrudan Kurum vasıtasıyla öğrenmelidir. Yasal düzenlemelerden dolayı istisnalar söz konusu olabilir. Bilgilerin önce belirli bir hedef grupla paylaşılması gerektiği durumlarda, söz konusu açıklama yapıldıktan sonra diğer paydaş gruplarımıza da en kısa sürede genel bir bilgilendirme gönderilmelidir. Bilgileri önceden edinen kişiler söz konusu bilgilerin gizli tutulması gerektiğini ve kamuoyu ile paylaşılıncaya kadar kullanılmaması gerektiğini bilmelidir.

**6.7.3.4. Pozisyonumuzu Korumak**

Koç Üniversitesi dışındaki kişilerin kurumla ilgili algıları her zaman kurum içindeki algı ile örtüşmeyebilir. Kurumumuzun kimi zaman düşmanca eleştirilere maruz kalması beklenebilecek bir durum olmakla birlikte, bu tür durumlar doğru ve etkin cevabı vermeyi ve kurumun duruşunu sergilemeyi gerektirir. Kurum faaliyetlerini veya itibarını etkileyen durumlarda, görüşlerimizi paylaşmak için bütün uygun araçlar kullanılır. Bu, özellikle medya ilişkileri alanlarında hayati öneme sahiptir. Amacımız, ilgili çevrelere gerçeklere dayalı bilgilerle cevap vermek ve belirli bir amaç uğruna görüş veya eleştiri ortaya atan grupların nezdinde sağlam durabilmektir.

**6.7.3.5. Ayrıcalıklar ve Dürüstlük**

Koç Üniversitesi sıcak gelişmeler çerçevesinde tüm haber kanallarına, aşağıda ele alınan özel koşullar haricinde, eşit davranmalıdır. Koç Üniversitesi, medyadan kendisine dürüstlükle yaklaşmasını beklediği gibi, medya da Üniversite’nin kendisine dürüstlükle yaklaşmasını beklemektedir. Koç Üniversitesi’nin belirli bir haber hakkında bir haber kanalına ayrıcalık tanıması avantajlı olabilirse de, uzun vadede böyle bir uygulama Koç Üniversitesi açısından zararlı bir durum oluşturur. Zira bu durum, diğer haber kanallarının Üniversite ile olan ilişkilerinde güven sorunu yaratabilir. Koç Üniversitesi’nin bütün birimleri yarar sağlama uğruna taraf tutmaktan kaçınmalıdır. Bu ilkenin bir birim tarafından ihlali tüm Üniversite üzerinde negatif etki yaratabilir.

* + - * 1. Şayet bir haber kanalı Koç Üniversitesi ile ilgili bir haberi tek başına izliyorsa, söz konusu haber kanalına verilen bilgilerin rakip kanallarla paylaşılmaması gerekir. Başka bir deyişle, bir haber kanalının kendi yarattığı ayrıcalığın Koç Üniversitesi tarafından ihlal edilmemesi gerekir.
				2. Belirli bir haber kanalının özel ilgi gösterdiği bir haberle ilgili olarak söz konusu haber kanalı ile birlikte çalışılması uygundur. Böylesi bir haberin rakip kanallar tarafından “sıcak gelişme” olarak addedilecek türden bir haber değil, daha ziyade genel eğilime uygun bir haber olması gerekmektedir.
				3. Duyuruların gönderileceği veya iletişim kurulacak yazılı ve sesli haber kanalları seçilirken alınan kararlar, İletişim Direktörlüğü’nün söz konusu kanal veya gazetecinin söz konusu bilgiyle ilgilenip ilgilenmeyeceği hususundaki kanaatine dayandırılmalıdır. Bu kararın alınmasında söz konusu kanal/gazeteci ile yaşanan geçmiş deneyimler ve bu tür duyuru veya bilgilere yönelik geçmişte yapılmış talepler de yardımcı olmalıdır.

**6.7.3.6. Mahremiyet**

Koç Üniversitesi, öğrencilerin ve çalışanların özel hayatının gizliliğine saygı gösterir ve mahremiyeti ve gizliliği etkileyen tüm yerel kural ve devlet ilkeleri ile hükümlerine uyar. Mahremiyete ilişkin politikalar aşağıdaki gibidir:

* + - * 1. Üniversite dışına çıkarılmayacak bilgiler arasında ırk, din, ulusal veya etnik köken, siyasi bağlılık, cinsiyet, yaş veya engellilik durumuna dayalı olarak bireyler açısından seçici bir şekilde avantaj veya dezavantaj yaratacak her türlü veri yer alır.
				2. Koç Üniversitesi bir başkasının güvenliğini veya mahremiyetini tehlikeye atan ya da Üniversite’ye ait gizli bilgileri ifşa eden davranışları yasaklar.
				3. **Öğrenciler:** İfşa edilebilen bilgiler arasında isim, esas eğitim dalı, üniversite faaliyetlerine ve spora iştirak, sporcuların kilosu ve boyu, kayıt tarihleri, alınan derece ve ödüller ve okuduğu son eğitim kurumu yer alır. Bu bilgiler öğrencinin bu yönde bir talebi olması halinde gizli tutulur.
				4. **Çalışanlar:** Koç Üniversitesi, gizli veya imtiyazlı bilgilere izinsiz erişim elde etmek amacıyla, bilgisayarda bir başka kişinin oturum açma veya bilgisayar erişim şifresinin kullanımını ya da bilgisayarda bir başka kişinin oturum açma şifresinin kullanımını uygun yetkilendirme olmaksızın başkasına sunulmasını yasaklar.

**6.7.3.7. Menfaat Çatışmaları**

Koç Üniversitesi çalışanları, görevlerini veya görevleri gereği elde ettikleri bilgileri Üniversite’nin menfaatleri ile kişinin menfaatleri arasında bir çatışma doğuracak biçimde kullanmamalıdır.

**6.7.4. Politikalar**

İletişim Direktörlüğü temel prensipleri kapsamında iletişim standartlarını belirlemek üzere aşağıdaki maddeleri içeren politikalar tasarlamıştır. Bu politikalar öğretim üyelerinin kendi iletişim çalışmalarını üretme becerisini kısıtlama niyeti taşımamaktadır. İletişim Direktörlüğü’nün, akademik ve idari birimlerin kampüs içindeki ve dışındaki hedef kitlelerine yönelik stratejiler geliştirme ve uygulanmasına yardımcı olma amacıyla profesyonel çalışanları vardır; bu çalışanlar belirtilen politikalara uyacak iletişim faaliyetleri hakkında tavsiyelerde bulunabilir. Tüm birimler, bu hizmetleri kullanmaya teşvik edilir. Birimler işbu politikanın kapsamına giren materyalleri kendileri üretmeyi tercih edecek olduğunda, söz konusu materyalin dağıtıma sunulabilmesi için öncelikle İletişim Direktörlüğü’nden uygun alanda nihai onay alınması gerekmektedir. Herhangi bir sıkıntı yaşanmasını önlemek için tüm birimler, iletişim çalışmalarını planlarken İletişim Direktörlüğü’ne danışmaya teşvik edilir.

**Aşağıda yer alan politikalar listelenen** konularda İletişim Direktörlüğü’nün konumunu ve sorumluluklarını belirtmek için hazırlanmıştır.

* Medya ile İlişkiler
* Bağışlar ve Ödüller
* Toplumsal Faaliyetler
* Etkinlik Haberleri
* Satıcılarla İlişkiler
* Sosyal Medya
* Reklam
* Yayıncılık Hizmetleri
* Medyanın Koç Üniversitesi Mülklerine Erişimi
* Vefat Haberleri ve Anma Yazıları
* Suç

**6.7.4.1. Medya ile İlişkiler**

İşbu politikanın amacı, medya ile Koç Üniversitesi adına iletişimde bulunacak kişilerin belirlenmesinin yanı sıra, öğretim üyelerinin/görevlilerinin kendi akademik uzmanlık alanları hakkında gazetecilere röportajlar vererek medyada Üniversite’nin tanıtılmasında oynayabileceği rol hakkında daha kapsamlı açıklamalarda bulunmaktır.

Üniversite’nin medya ile iletişimi, Üniversite ile toplum arasında bir irtibat noktası olarak hizmet sunan ve geniş bir yelpazede editoryal, pazarlama, yayıncılık ve diğer halkla ilişkiler fonksiyonlarından sorumlu olan İletişim Direktörlüğü tarafından yönetilir.

İletişim Direktörlüğü, habere konu edilen meseleler hakkında görüşlerini sunacak uzman akademisyen arayışında olan medya için birincil irtibat noktası olarak hizmet verir. Üniversite’nin resmi sözcüsü Rektördür. Medyaya verilecek görüşlere ilişkin koşullar aşağıdaki gibidir:

* + - * 1. Rektör’ün yanı sıra, belirli konularda kampüs camiasının başka bir üyesinin daha uygun bir sözcü olması halinde, Rektör duruma göre medya ile konuşmak üzere başka bir personeli atar (Bkz. Medya Sözcüleri Tablosu).
				2. Öğretim elemanlarının kendi akademik uzmanlık alanlarında haber medyasına görüş sunmaları etkin biçimde teşvik edilmektedir. İletişim Direktörlüğü personeli her zaman, medya ile Koç Üniversitesi mensupları arasında bir irtibat noktası olarak görev yapma fırsatını yaratır.
				3. Medya tarafından kendisiyle irtibat kurulan Koç Üniversitesi mensupları, soruların **üniversite meseleleri** ile ilgili olması halinde, röportaj yapmayı veya bilgi sunmayı kabul etmeden önce her zaman İletişim Direktörlüğü’ne danışmalıdır.
				4. Aşağıdaki tabloda yetkilendirilen kişilerin İletişim Direktörlüğü ile irtibat halinde görüş bildirmesi gerekir.

**Medya Sözcüleri Tablosu**

Koç Üniversitesi’nin yetkili medya sözcüleri aşağıda belirtilen yetki tablosu çerçevesinde bilgi verebilirler:

|  |  |
| --- | --- |
| İletişim Konusu  | Medya Sözcüleri  |
| Öğrenci | Öğrenci Dekanı |
| Araştırma | Araştırma ve Geliştirmeden Sorumlu Rektör Yardımcısı |
| Akademik | Akademik İşlerden Sorumlu Rektör Yardımcısı |
| Fakülteler | İlgili Fakülte Dekanı |
| Enstitüler | İlgili Enstitü Direktörü |
| Kurumsal İletişim | Kurumsal İletişim Direktörlüğü |
| Kurumsal İlişkiler | Kurumsal İlişkiler ve Kaynak Geliştirme Direktörlüğü |

**6.7.4.2. Bağışlar ve Ödüller**

Koç Üniversitesi’nin kurumlardan, mezunlardan ve/veya bağış sahiplerinden aldığı maddi destek ve/veya ödüllerin halka duyurulması, hem bağış sahiplerinin cömertliğine teşekkür edilmesine hem de toplumun dikkatinin kurumların/bağış sahiplerinin desteklenmeye değer gördüğü insanlara, programlara, tesislere ve etkinliklere çekilmesine yardımcı olan bir araç olarak önem taşır. İletişim Direktörlüğü’nün politikası, Üniversite’nin kaynak geliştirme çabalarını, gazetecilik uygulamaları ve sağlam habercilik kararlarına uygun ve mümkün olan en kapsamlı şekilde desteklemektir.

Kaynak geliştirme faaliyetlerine destek oluşturan etkili bir iletişim çalışması şu dört unsur üzerine inşa edilir:

1. Üniversitenin ihtiyaçları ve bağış sahibinin istekleri

2. Üniversite kaynaklı yayınlar

* + 1. İnternet siteleri ve haber bültenleri aracılığıyla bilgi yayma
		2. Dış haber medyası standartları ve uygulamaları.

Başarılı ödül/bağış duyuruları, önemli bir üniversite faaliyetini halka duyurur ve bir yandan hem bağış sahibinin tanınma arzusunu yerine getirip hem de haber yaratırken, diğer yandan kilit hedef kitle ile doğrudan iletişim kurar.

Usulüne uygun biçimde belgelendirilmemiş veya kaydedilmemiş bir bağışın/ödülün halka duyurulması bağış sahibi/kurum ve Üniversite açısından olumsuz etkiler doğurabilir.

Üniversite’nin kaynak geliştirme hedeflerini desteklemek amacıyla, İletişim Direktörlüğü bağışlar, ödüller ve hibeler hakkındaki basın duyurularını aşağıda belirtilen politikalar uyarınca yazar veya düzenler, ilgili birimlerden onay alır ve dağıtır.

Bağışlar ve ödüllere ilişkin politikalar aşağıdaki gibidir:

* + - * 1. Bir hibe, bağış veya ödül ile ilgili iç veya dış iletişim yapılmadan önce, söz konusu unsurun resmen bir hibe/bağış/ödül veya taahhüt olarak tanınması ve Üniversite kayıtlarına usulünce geçirilmesi gerekmektedir.
				2. Bir hibenin, bağışın veya ödülün kamusal ilanının Üniversite yönetimi ve bağış sahibi/kurum tarafından prensip olarak onaylanması gerekmektedir. Yukarıda belirtilenlerin onayı olmadan hiçbir duyuru gerçekleştirilmez.
				3. İletişim Direktörlüğü medya kuruluşları tarafından haber değeri taşır addedilebilecek her türlü hibe, bağış veya ödülü ilan eden bir haber duyurusu hazırlanmasını ve dağıtılmasını değerlendirir. Bunun kapsam ve zamanlaması İletişim Direktörlüğü tarafından belirlenir.
				4. Duyurular genellikle Rektör tarafından yapılır; uygun hallerde, direktörler veya öğretim üyelerinden duyuruyu gerçekleştirmeleri istenebilir.
				5. Bir bağış veya hibeyi ilan eden haber duyurusunun söz konusu para miktarını içermesi gerekir. Bağış sahibi, adının açıklanmamasını tercih etse dahi yüksek meblağlı bir bağış haber değeri taşıyabilir. Oysa meblağı belirtilmemiş hiçbir hediye, bağış sahibi her kim olursa olsun, haber değeri taşımaz. Bu temel olguyu içermeyen bir haber duyurusu hem kurumun hem de bağış sahibinin güvenilirliğine zarar verir.

**6.7.4.3. Toplumsal Faaliyetler**

Koç Üniversitesi’nin topluma fayda ve destek sağlamak amacıyla tasarlanmış toplumsal projelere iştiraki veya geliştirdiği bu tür projelerin halka duyurulması, üniversite ile şehir/ülke arasında olumlu, simbiyotik bir ilişki kurulması açısından temel nitelik taşır. Bu tür duyuruların dağıtımı aşağıda belirtilen esaslara uygun biçimde iç ve dış hedef kitlelere yönelik olarak gerçekleştirilir. Toplumsal faaliyetlere ilişkin politikalar aşağıdaki gibidir:

* + - * 1. Koç Üniversitesi taraflarınca üstlenilen toplumsal bir program, proje veya etkinliğin tanıtılması veya halka duyurulması prensip olarak, İletişim Direktörlüğü ile istişare halinde yapılmalı, Rektör tarafından onaylanmalıdır.
				2. Proje veya etkinlik hakkında bir haber duyurusu hazırlama kararı, İletişim Direktörlüğü tarafından alınır.
				3. Bu tür haber çalışmalarının odağında yer alan kişilerin mahremiyeti de dikkate alınır. Söz konusu camia üyeleri isimlerinin gizli kalmasını isterlerse, bu kişilerin iştirakleri daha iyi bir haber oluşturacak veya Koç Üniversitesi’nin toplum içerisindeki rolünü daha olumlu gösterecek olsa dahi isimleri açıklanmaz.

**6.7.4.4. Etkinlik Haberleri**

Koç Üniversitesi tarafından toplumsal fayda ve destek sağlamak amacıyla çeşitli sosyal etkinlikler ve projeler tasarlanır. Bu tip sosyal etkinlik ve projeler, Üniversite’nin şehir ve ülke ile ortak ilişkilerinin olumlu bir şekilde sürdürülebilmesi için önem teşkil eder. Bahsi geçen etkinlik ve projenin ilgili iç ve dış hedef kitlelere duyurulması konusunda belirlenmiş olan politikalara aşağıda yer verilmiştir:

* + - * 1. Koç Üniversitesi tarafından hayata geçirilen sosyal program, proje ve etkinliklerin halka duyurusunun yapılması kararı İletişim Direktörlüğü’ne danışılarak alınır ve Rektör onayına tabidir.
				2. Proje ve aktiviteler hakkındaki duyuru haberlerine ilişkin kararlar, İletişim Direktörlüğü tarafından, ilgili departman ile görüşülerek verilir.
				3. Haber duyuruları kapsamındaki kişilerin gizlilik hakları her daim gözetilmelidir. Bu kapsamda isimlerinin gizli kalmasını talep eden bireylerin etkinliğe katılımları –belirtilen isimlerin açıklanması, Koç Üniversitesi için olumlu haber değeri taşısa ve Üniversite’nin toplumsal duruşunu destekleyecek nitelikte olsa dahi– gizli tutulmalıdır.
				4. Koç Üniversitesi akademik ve idari birimleri tarafından gerçekleştirilen herhangi bir etkinliğe konuşmacı olarak çağrılan kurum ve kişilere, basın katılımına ilişkin bilginin etkinlik sahibi birim tarafından verilmesi zorunludur.

**6.7.4.5. Satıcılarla İlişkiler**

Koç Üniversitesi kendisine mal ve hizmet sunan şirketlerle ilişkilerine değer verir. Üniversite’nin Koç Üniversitesi’nin bütünlüğünü, Koç Üniversitesi’nin adının bağımsızlığını ve Koç Üniversitesi’nin hem olgusal olarak hem de görünüm bakımından kâr amacı gütmeyen kuruluş statüsünü tehlikeye atabilecek her türlü tanıtımı engellemesi gerekir. Koç Üniversitesi bu politika gereği, kendisinin veya ona bağlı birimlerden herhangi birinin bir kurumun ürünlerine veya hizmetlerine yönelik resmi tasdiki olarak yorumlanabilecek hiçbir alıntı, haber duyurusu veya başkaca iletişime onay vermez.

Satıcılarla ilişkilere ilişkin politikalar aşağıdaki gibidir:

* + - * 1. Şirket tarafından kamusal hale getirilmeden önce Koç Üniversitesi’nden bahseden alıntıların, haber duyurularının ve diğer her türlü materyalin İletişim Direktörlüğü tarafından incelenmesi ve onaylanması gerekmektedir.
				2. Bu politika, şirketlerin Koç Üniversitesi kampüsünde film çekme, Üniversite’nin logosunu kullanma veya “markasını” başka bir biçimde kullanma yönündeki talepleri açısından da geçerlidir; bunlar ancak önceden açıkça izin alınmak suretiyle ve Koç Üniversitesi politikasına uygun biçimde gerçekleştirilebilir.
				3. Bilimsel ve teknik gelişmeler içeren kurumsal işbirlikleri, bu politikaya paralel bir başka politika kapsamına girer (bkz. Kurumsal İşbirliği).

**6.7.4.6. Sosyal Medya**

İlgili politikalar için lütfen **Koç Üniversitesi Sosyal Medya Prosedürü**’ne bakınız.

Bu prosedürün amacı, Koç Üniversitesi politikalarının bloglar ve sosyal ağ siteleri gibi yeni iletişim teknolojilerine nasıl uygulandığının Koç Üniversitesi camiası tarafından anlaşılmasına yardımcı olmak ve yeni sosyal medya platformlarının kullanımı konusunda rehberlik sağlamaktır.

**6.7.4.7. Reklam**

Aşağıda belirtilen reklam politikalarının amacı, Koç Üniversitesi açısından, Üniversite’nin misyonunu yansıtan ve kilit pazarlama mesajlarını tanıtan tutarlı bir toplumsal imaj sağlanması ve Koç Üniversitesi’nin reklam araçları üzerindeki etkisinin en üst seviyeye çıkartılmasıdır. Üniversite’nin uyumlu tasarım ve reklam metni standartlarının karşılanmasını, misyonunun ve pazarlama mesajlarının uygun biçimde iletilmesini sağlamak İletişim Direktörlüğü’nün sorumluluğundadır.

* + - * 1. Koç Üniversitesi’nin tüm akademik ve idari birimleri tarafından istenen her türlü reklam İletişim Direktörlüğü ile koordineli biçimde gerçekleştirilmelidir. Buna, basın (gazete, dergi, vs.), yayın (radyo ve televizyon), internet, reklam panoları ve levhalar da dahil olmak üzere her türlü ücretli veya ücretsiz reklam dahildir. İletişim Direktörlüğü’ne danışılmadan hiçbir reklam taahhüdünde bulunulamaz. Reklam yeri rezervasyonları ve reklamların temini de İletişim Direktörlüğü tarafından gerçekleştirilir.
				2. İletişim Direktörlüğü reklamların yazılması, düzeltilmesi, fotoğraflanması, tasarımı ve yerleştirilmesi konusunda akademik ve idari birimlere stratejik danışma hizmeti sunar. İletişim Direktörlüğü’nün merkezileştirilmiş bir reklam bütçesi yoktur; reklam tasarımlarının ve yerleştirmelerinin maliyetinden ilgili akademik ve idari birimler sorumludur.
				3. Tüm reklamların, İletişim Direktörlüğü’nün takdiri uyarınca, ya kurum içi personel kullanılarak ya da kurum dışı onaylanmış bir tasarım şirketi veya serbest tasarımcının hizmetlerinden yararlanılarak İletişim Direktörlüğü tarafından hazırlanması gerekmektedir.
				4. Her bir reklamın hazırlanması için üç haftalık bir süre öngörülmektedir.

Reklam politikasının istisnai durumları aşağıdaki gibidir:

* Koç Üniversitesi İnsan Kaynakları Ofisi tarafından verilen iş ilanları bu politika kapsamına girmez. Ancak bu ilanların da Üniversite logosuna ve stil ilkelerine uyması gerekmektedir.
* Sadece kampüs içi hedef kitleye yönelik posterler, işaretler, ilanlar, broşürler ve afişler bu politika kapsamı dışında kalır.

**6.7.4.8. Yayıncılık Hizmetleri**

Bu politikanın amacı, Koç Üniversitesi ile ilgili hazırlanan her türlü basılı materyalin (Üniversite iç ve dış hedef kitlesi için hazırlanan ve yüksek bir kalite gerektiren yayınların) uygun maliyetli, profesyonel ve Üniversite’nin kurumsal kimliğini gözeterek hazırlanmasını sağlamaktır.

Yayıncılık hizmetlerine ilişkin politikalar aşağıdaki gibidir:

* + - * 1. Üniversite dışındaki bir hedef kitleye yöneltilecek basılı materyallerin İletişim Direktörlüğü tarafından hazırlanması ve/veya yönetilmesi gerekmektedir. Aynı şey, Üniversite içi bir hedef kitleye yönelik yayınlar açısından da geçerlidir.
				2. Takvim, hazırlanacak materyale göre değişir. Ancak müşteri tamamlanmış taslağı en geç çalışmanın hazır olma tarihinden dört hafta önce sunmalıdır.
				3. Kurum içinde tasarlanabilirse, tasarım hizmetlerinin hiçbir maliyeti olmamaktadır. Yahut İletişim Direktörlüğü projeyi tamamlaması için dışarıdan bir tasarım şirketi veya serbest tasarımcı seçer (Bkz. Satın Alma Prosedürü’ne uygun şekilde). Projenin yapımı İletişim Direktörlüğü’nün yönetimi altında olmaya devam eder. Bu tür durumlarda tüm tasarım hizmetlerinin ve bağlantılı hizmetlerin bedellerinin ödenmesinden ilgili birim sorumlu olur.
				4. Baskı, postalama ve diğer her türlü ürün veya hizmetin maliyetinden daima ilgili birim sorumludur.
				5. Koç Üniversitesi bünyesindeki departmanlar tarafından yayımlanan yayınların süreç yönetiminden ilgili departman sorumludur.

**6.7.4.9. Medyanın Koç Üniversitesi Mülklerine Erişimi**

İletişim Direktörlüğü’nün politikası, bir yandan Üniversite’nin öğretim ve araştırma misyonunu sürdürmesi ve Üniversite camiasının makul mahremiyet beklentisini korurken, tesislere erişim talep eden medya mensuplarına mümkün olduğunca yardımcı olmaktır.

Medyanın Koç Üniversitesi mülklerine erişimine ilişkin politikalar aşağıdaki gibidir:

* + - * 1. Kampüste video çekimi veya canlı yayın yapmak için İletişim Direktörlüğü’nden izin alınması ve belirlenmiş alanlara park edilmesi gerekmektedir. Belirli durumlarda Koç Üniversitesi birtakım mekânlarda televizyon yayınını sınırlandırabilir.
				2. Medya temsilcilerinin röportaj amacıyla sınıflara, laboratuvarlara veya benzeri tesislere girmek istemesi halinde Koç Üniversitesi’nden izin alınması gerekmektedir. Bu izin, söz konusu habercilik faaliyetleri üniversite faaliyetlerini aksatmadığı; öğrencilerin, öğretim üyelerinin veya personelin mahremiyetine engel oluşturmadığı veya üniversite personelinin, ziyaretçilerin veya tesislerin güvenliğini tehlikeye atmadığı müddetçe tanınır.
				3. Haber niteliği taşımayan tüm ticari fotoğraf ve video çekimlerinin önceden Genel Sekreterlik, Öğrenci Dekanlığı ve İletişim Direktörlüğü tarafından onaylanması gerekmektedir.

**6.7.4.10. Vefat Haberleri ve Anma Yazıları**

İletişim Direktörlüğü ve İnsan Kaynakları Direktörlüğü Koç Üniversitesi mensuplarının vefatı hakkında bilgilendirilmelidir.

Gerekli görüldüğünde merhum ile ilgili anma yazıları hazırlanabilir; bu yazılar genellikle kısa, birkaç paragrafı geçmeyecek biçimdedir ve kampüs içi dağıtımla sınırlıdır.

Vefat haberleri ve anma yazılarına ilişkin prensipler aşağıdaki gibidir:

* + - * 1. Merhumla ilgilenen cenaze evi (veya benzeri kuruluş) ile temasa geçilir. Aile tarafından cenaze evine verilen bilgiler, biyografik kayıtlara, ölüm sebebine ve cenaze düzenlemelerine ilişkin bilgiler olarak addedilir. Merhuma ilişkin her türlü yazılı veya elektronik bilgi, habere dâhil edilme ihtimaliyle toplanır ve gözden geçirilir. Koç Üniversitesi arşivleri, birçok öğretim üyesine ait biyografik bilgileri, eski gazete kupürlerini, özgeçmiş yazılarını ve diğer materyalleri içermektedir. İletişim Direktörlüğü ayrıca, Koç Üniversitesi camiasının önde gelen üyeleri hakkında “biyografik özgeçmiş bilgisi” hazırlar.
				2. Mümkün olursa bir aile üyesi ile temasa geçilir. Güç olmakla birlikte, bu temas ailenin ölüme verdiği ve çıkacak olası haberlere vereceği tepkiyi ölçmek için bir fırsat sunar. Temas kurulan kişiye nezaketen anma yazısını incelemesi önerilir, ancak belirli bir süre içerisinde yanıt vermesi gerektiği, aksi takdirde katkı sunma fırsatından mahrum kalacağı anlatılır.
				3. Merhumun çalışma arkadaşları ile de temasa geçilebilir. Bir öğrenci söz konusu ise, Öğrenci Dekanlığı’na veya öğrencinin temsilcisine danışılır. Arkadaşlar ve öğrenciler ile görüşmeler yapılması da uygun olabilir, ancak her türlü soru hassasiyetle yöneltilmelidir. İstisnai hallerde Rektör veya başka bir üst düzey idareci ile de yorum almak amacıyla temasa geçilebilir.
				4. Anma yazısının odak noktasını ölümün ayrıntılarından ziyade kişinin başarıları oluşturur. Yetkili makamlarca veya aile tarafından açıkça paylaşılmamış sağlık bilgileri ifşa edilmez. Öğretim üyeleri ve öğrenciler söz konusu olduğunda, akademik ödüllere, yayınlara ve akademik ürünlere özel olarak dikkat çekilir. Özellikle Koç Üniversitesi’nde geçirdikleri süre boyunca yaşanan olaylara odaklanılır. Uygun yaklaşımın belirlenmesinden İletişim Direktörlüğü sorumludur.
				5. İletişim Direktörlüğü, tüm anma yazılarını dağıtılmadan önce son bir kez inceleme ve nihai değişiklikleri yapma hakkını saklı tutar.
				6. İletişim Direktörlüğü anma yazılarının dağıtımına ilgili üniversite yetkililerine danışarak karar verir. Bu dağıtımda genellikle Koç Üniversitesi camiası hedef alınır; söz konusu kişinin tanınmış biri olması, istisnai olarak, daha geniş hedef kitlelere dağıtım yapılmasını gerektirebilir.

**6.7.4.11. Suç Duyurusu**

Koç Üniversitesi’nin yaklaşımı, Üniversite’nin öğrencilerini ve üniversite camiasını tehdit eden veya etkileyen kampüs içindeki önemli suçların duyurulması yönündedir.

Ayrıca, öğrenciler de dâhil olmak üzere üniversite mensuplarının üniversiteyi etkileyebilecek ciddi suçlardan ötürü gözaltına alındığını duyurmak da Üniversite’nin politikasıdır.

Suç konusuna ilişkin prensipler aşağıdaki gibidir:

* + - * 1. İletişim Direktörlüğü ve diğer birimler, gerektiği şekilde, bir vukuat veya gözaltı hakkında bilgi toplar ve bir haber duyurusu hazırlar. Bu duyuru İletişim Direktörlüğü ile istişare edilerek Rektörlük tarafından onaylanır.
				2. İletişim Direktörlüğü, kampüste işlenen önemli bir suçun veya ciddi bir gözaltının başka birim(ler)i ilgilendirdiği hallerde, Koç Üniversitesi’nin ilgili idarecilerini ve/veya temsilcilerini de bilgilendirir. Bu birimler, İletişim Direktörlüğü ile işbirliği halinde çalışarak, kendi iletişim duyurularını yayabilir; örneğin lisans öğrencilerini olası güvenlik tehlikeleri hakkında bilgilendirmek amacıyla e-posta yayınlayabilir. E-posta veya başka araçları kullanmaktan başlıca sorumlu birim Öğrenci Dekanlığı’dır.
				3. Koç Üniversitesi tarafından bir duyuru yapılması bekleniyorsa, kamusal haber duyurusuna yol açacak önemli bir olayın gerçekleşmesi gerekir (kampüs suçları arasında cinayet, hırsızlık, ağır müessir fiil, kundaklama ve nefret suçları bulunur).
				4. Koç Üniversitesi genel olarak, öğrenciler, çalışanlar ve/veya camia açısından ciddi yahut süregiden bir tehdit oluşturmadıkça, cinsel suçlar hakkında kamusal haber duyuruları yayımlamaz. Bir cinsel suç hakkında kamusal bir haber duyurusu hazırlanması durumunda, Koç Üniversitesi –cinsel saldırı mağdurlarının gizliliğini korumaya çalışarak– mağdurun adını veya mağdur hakkında açıkça teşhis edilebilir bilgileri açıklamaz. Aynı şekilde, başka “ilişki içi şiddet” türüne dahil olmuş öğrencilerin, çalışanların ve/veya camia mensuplarının gizliliğini de korur.
				5. Koç Üniversitesi adam kaçırma, değerli mallara yönelik suçlar, kimlik hırsızlığı, bilgisayarla bağlantılı suçlar ve adam yaralama yahut ölümle sonuçlanan alkollü araç kullanma gibi durumlara ilişkin başka ciddi suçlar –ve gözaltılar– hakkında da kamusal haber duyuruları yayımlayabilir. Suç iddiaları ve cezalar, koşullar ve ağırlık bakımından çeşitlilik arz ettiğinden, kamusal bir haber duyurusu gerektirip gerektirmediğinin kararlaştırılması için inceleme yapılması gerekir. Kamusal olarak duyurulacak bilgiler polis karakolundan, soruşturma makamından ve/veya başka üniversite yetkililerinden alınmalı ve doğrulatılmalıdır. Haber duyurusundaki tüm olgular resmi görevli veya polis olay tutanağı gibi bir kaynağa dayandırılmalıdır.
				6. Resmi olarak bir suçla suçlanana dek şüphelilerin kimliği açıklanmamalıdır.
				7. İlk duyurunun ardından ve polise danışıldıktan sonra, toplumu ilgilendirme potansiyeli taşıyan olay(lar) hakkında bilgi edinmek isteyen habercilere yardımcı olmak amacıyla, basın toplantısı veya başka bir çalışma gerçekleştirilebilir.
				8. İletişim Direktörlüğü haber medyasına yardımcı olmak ve bir olay hakkında doğru haber yapılmasını mümkün kılmak için her türlü çabayı gösterir. Ancak habercilerin suç mahalline girme hakkı bulunmamaktadır.
				9. Koç Üniversitesi tutuklamalara ilişkin haber duyurularını, elektronik veri tabanına nihai mahkeme kararlarını eklemek suretiyle günceller. Bazı olaylarda, mahkemenin kararına veya suçlamanın ağırlığına bağlı olarak söz konusu kişinin adı veri tabanından çıkartılabilir.

**6.8. Kurumsal İletişim İlke ve Protokol İhlalleri**

Çalışanların, işbu yönetmelik kapsamında düzenlenen iletişim ilkeleri (bkz. Madde **6.7.3**) ve protokol esaslarının ihlal edildiğini düşündükleri hallerde, söz konusu faaliyeti derhal aşağıdaki yetkililerden birine bildirmeleri beklenir:

* Çalışanın bağlı bulunduğu yöneticisi
* Çalışanın bağlı bulunduğu yöneticisinin üstü
* Departman Direktörü
* Hukuk İşleri Direktörlüğü
* İlgili protokol ve ilkelere uymayan çalışanlara, iş akdinin sona erdirilmesi ve yan hakların geri alınması dahil olmak üzere gerekli görülen disiplin cezası verilebilir. Bu hallerde uygulanacak disiplin cezalarında Etik Kurallar Yönetmeliği esas alınır.
1. **KAYITLAR**

Tüm basın ve sosyal medya yansımaları hem İletişim Direktörlüğü hem de çalışılan halkla ilişkiler şirketi, medya takip şirketi ve sosyal medya ajansında saklıdır.

1. **GÖZDEN GEÇİRME**

Bu prosedürü gözden geçirme ve güncelleştirme sorumluluğu İletişim Direktörlüğü’ne aittir. Gözden geçirme her yıl belirlenen ihtiyaçlar doğrultusunda yapılır.

**9.** **DEĞİŞİKLİK/ DAĞITIM/ ONAY TABLOSU**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Değişen sayfa** | **Tarih** | **Değişiklik**  | **Değişikliği yapan** |
|  | 15.01.2018 | Yeni Yayın | İletişim Direktörlüğü |

|  |
| --- |
| **Dağıtım (İlgili Bölümler)** |
| Tüm akademik ve idari birimler |  |  |
|  | Uygunluk Onayı (İletişim Direktörü ): | Yürürlük Onayı (Rektör) : |