

ARDAHAN ÜNİVERSİTESİ

Bilim İletişimi ve Proje Ofisi Birim İyileştirme Eylem Planı

2024-2025 Akademik Yılı Dış Paydaş Memnuniyet Araştırması Bulgularına Dayalı Plan

Amaç: Bu metin; dış paydaş anketinde genel olarak olumlu görülen güçlü alanları vurgulamak, Bilim İletişimi ve Proje Ofisi bakımından geliştirmeye açık başlıkları somutlaştırmak ve her bir alan için eylem, sorumlu, zaman planı ve ölçülebilir izleme göstergeleri içeren uygulanabilir bir iyileştirme planı sunmak amacıyla hazırlanmıştır.

Hazırlanan Birim	Bilim İletişimi ve Proje Ofisi
Dayanak Belge	2024-2025 Akademik Yılı Dış Paydaş Memnuniyet Araştırması Raporu

1. Genel Değerlendirme

Dış paydaş memnuniyet araştırması sonuçları, üniversitenin genel olarak güçlü ve olumlu bir kurumsal algıya sahip olduğunu göstermektedir. **Özellikle etik değerlere bağlılık, iş birliğine açıklık, dış paydaşları etkinliklere dahil etme, ilin gelişimine katkı sunma ve bölgesel kalkınma hedeflerini dikkate alma başlıklarında elde edilen oranlar kurumsal açıdan dikkat çekici bir başarı düzeyine işaret etmektedir.**

Bu sonuçlar, Bilim İletişimi ve Proje Ofisi açısından önemli bir avantaj sunmaktadır. Çünkü birim, iletişim ve görünürlük çalışmalarını zayıf bir algıyı düzeltmek için değil; zaten güven veren, iş birliğine açık ve bölgesel katkısı hissedilen güçlü bir kurumsal zemin üzerine inşa edebilecek durumdadır.

1.1. Öne çıkan güçlü alanlar

Güçlü Alan	Yaklaşık Olumlu Oran	Yorum
Etik değerlere bağlılık	%79 civarı	Kurumsal güven ve itibarın en güçlü göstergelerinden biridir.
İş birliğine açıklık	%76-77 civarı	Paydaşlarla ortak çalışma kültürünün yerleşik olduğunu göstermektedir.
Dış paydaşların etkinliklere davet edilmesi	%75 civarı	Birimin görünürlük ve kapsayıcılık kapasitesi açısından güçlü bir zemindir.
İlin gelişimine katkı	%75 civarı	Üniversitenin bölgesel misyonunun paydaşlar tarafından hissedildiğini göstermektedir.
Bölgesel kalkınma hedeflerini dikkate alma	%74 civarı	Stratejik planlama ile yerel ihtiyaçlar arasındaki uyumun olumlu algılandığını göstermektedir.
Güvenilirlik ve yenilikçilik	%74 civarı	Kurumsal imajın sağlam ve gelişime açık olarak algılandığını ortaya koymaktadır.

1.2. Gelişime açık alanlar

Anket sonuçları genel olarak olumlu olmakla birlikte, Bilim İletişimi ve Proje Ofisi ile doğrudan ilişkili bazı göstergelerde orta düzey değerlendirmelerin belirgin olduğu görülmektedir. **Özellikle projeler hakkında bilgilendirme, dış paydaşlara yönelik özel bilgilendirme, sosyal etkinlik bilgilendirmesi, bürokratik süreçlerin sadeleştirilmesi ve üniversite-sanayi iş birliği çıktılarının görünürlüğü, birimin öncelikli iyileştirme alanları olarak değerlendirilebilir.**

Gelişime Açık Alan	Yaklaşık Durum	Önerilen Yönelim
Projeler hakkında paydaş bilgilendirmesi	%64-65 civarı	Düzenli proje duyurusu, proje kartı ve sonuç raporlarıyla görünürlük artırılmalıdır.
Dış paydaşlara yönelik özel bilgilendirme	%65-66 civarı	Hedef kitle segmentasyonu ve ayrı iletişim listeleri oluşturulmalıdır.
Sosyal etkinlik bilgilendirmesi	%66 civarı	Aylık duyuru takvimi ve çok kanallı bilgilendirme modeli kurulmalıdır.
Bürokratik süreçlerin işleyişi	%65 civarı	Dijital formlar, standart akışlar ve takip tabloları oluşturulmalıdır.
Üniversite-sanayi iş birliği görünürlüğü	%65 civarı	Başarı hikâyeleri, çıktı odaklı haberler ve sektör buluşmaları artırılmalıdır.

2. Birim İyileştirme Eylem Planı

Aşağıdaki plan; tespit edilen alanlara ilişkin eylem/önlem, sorumlu kişi veya birim, zaman planı ve ölçülebilir izleme göstergelerini içerecek biçimde hazırlanmıştır. Planın uygulanmasında PUKÖ yaklaşımının esas alınması önerilir.

Tespit Edilen Alan	Eylem / Önlem	Sorumlu Kişi / Birim	Zaman Planı	Ölçülebilir İzleme Göstergeleri
Projeler hakkında paydaş bilgilendirmesinin orta düzeyde kalması	Her proje için standart 'Proje Tanıtım Kartı' hazırlanması; proje başlangıç, ara sonuç ve kapanış aşamalarında paydaşlara kısa bilgilendirme notu gönderilmesi.	Proje Ofisi Koordinatörü Proje İletişim Sorumlusu	0-3 ayda şablon 3-12 ay uygulama	Hazırlanan proje kartı sayısı; paydaşlara gönderilen proje duyurusu sayısı; proje sayfası görüntülenme sayısı; e-posta açılma/erişim oranı
Dış paydaşlara özel bilgilendirme çalışmalarının hedef odaklı olmaması	Kamu, özel sektör, STK, medya ve mezun grupları için ayrı paydaş listeleri oluşturulması; segment bazlı iletişim planı hazırlanması.	Bilim İletişimi Sorumlusu Kurumsal İletişim Birimi	0-3 ay	Oluşturulan segment listesi sayısı; güncellenen iletişim kaydı oranı; segment bazlı gönderi sayısı; geri dönüş oranı
Etkinlik ve proje duyurularında düzenli takvim ihtiyacı	Üç aylık 'Etkinlik ve Proje Bülteni' yayımlanması; web, e-posta ve sosyal medya üzerinden eş zamanlı duyurular yapılması.	Bilim İletişimi Sorumlusu Web İçerik Sorumlusu	0-2 ay tasarım Her üç ayda düzenli yayın	Yayımlanan bülten sayısı; web haber sayısı; sosyal medya erişim ve etkileşim oranı; duyuru takvimine uyum oranı
Üniversite-sanayi iş birliği çıktılarının yeterince görünür olmaması	İş birliği projeleri için çıktı ve etki odaklı haberleştirme yapılması; yılda en az 2 sektör buluşması düzenlenmesi; başarı hikâyeleri sayfası oluşturulması.	Proje Ofisi Koordinatörü Sanayi İş Birliği Temsilcisi Bilim İletişimi Sorumlusu	3-12 ay	Duyurulan iş birliği haberi sayısı; sektör buluşması sayısı; aktif iş birliği/protokol sayısı; yayımlanan başarı hikâyesi sayısı
Bürokratik süreçlerin sade ve hızlı algılanmaması	Başvuru, onay ve yazışma süreçleri için standart form, kontrol listesi ve dijital iş akışı oluşturulması.	Proje Ofisi İdari İşler BT / Dijital Dönüşüm Desteği	0-6 ay	Standartlaştırılan form sayısı; dijitalleşen süreç sayısı; ortalama işlem süresi; eksik belge nedeniyle iade oranı
Taleplere dönüş süresi için standart eksikliği	İlk geri dönüş için hizmet standardı belirlenmesi; tüm talepler için kayıt ve takip tablosu tutulması.	Birim Koordinatörü Ofis Destek Personeli	0-2 ay kurulum Sürekli izleme	Ortalama ilk yanıt süresi; süresinde cevaplanan talep oranı; kapanan talep oranı; aylık bekleyen talep sayısı

Tespit Edilen Alan	Eylem / Önlem	Sorumlu Kişi / Birim	Zaman Planı	Ölçülebilir İzleme Göstergeleri
Muhatap belirleme ve erişim bilgisinin daha görünür olması ihtiyacı	Web sitesinde 'hangi konuda kime başvurulur' sayfası oluşturulması; görev alanı bazlı iletişim rehberi yayımlanması.	Bilim İletişimi Sorumlusu Web İçerik Sorumlusu	0-3 ay	Yayımlanan rehber sayfası; güncelleme sıklığı; sayfa görüntülenme sayısı; yanlış yönlendirilen başvuru oranındaki azalma
Protokol ve proje çıktılarının düzenli izlenmesi ihtiyacı	Protokol ve proje izleme cetveli hazırlanması; 6 aylık faaliyet ve çıktı raporlarının yayımlanması.	Proje Ofisi Koordinatörü İlgili Proje Yürütücüleri	3-12 ay	İzlenen protokol oranı; hazırlanan ara/sonuç raporu sayısı; gerçekleşen faaliyet oranı; tamamlanan çıktı sayısı
İyi uygulamaların ve başarı hikâyelerinin görünürlüğünün artırılması ihtiyacı	Kurumsal başarı ve etki anlatısı hazırlanması; web sitesinde 'Başarılar ve Etki' bölümü açılması.	Bilim İletişimi Sorumlusu Kurumsal İletişim Birimi	0-3 ay	Yayımlanan başarı hikâyesi sayısı; medya görünürlüğü; erişim-etkileşim oranı; paydaş geri bildirimi
Geri bildirimlerin iyileştirmeye dönüştürüldüğünün görünür paylaşılması ihtiyacı	Paydaş geri bildirimi ile yapılan iyileştirmeleri eşleştiren 6 aylık izleme tablosu ve kısa gelişim raporu hazırlanması.	Birim Koordinatörü Kalite Temsilcisi Bilim İletişimi Sorumlusu	3-12 ay	Hazırlanan izleme raporu sayısı; yayımlanan geri bildirim-aksiyon eşleştirmesi sayısı; tamamlanan aksiyon oranı

3. İzleme ve Değerlendirme Esasları

Planın etkili biçimde uygulanabilmesi için belirlenen göstergelerin yalnızca kayıt altına alınması değil, düzenli olarak analiz edilmesi ve sonuçların yönetsel karar süreçlerine yansıtılması gerekmektedir.

İzleme sürecinde özellikle üç başlık üzerinde durulmalıdır: (i) iletişim faaliyetlerinin erişim ve etkileşim düzeyi, (ii) proje ve iş birliği süreçlerinin görünürlüğü ve çıktı üretme kapasitesi, (iii) paydaş geri bildirimlerinin somut iyileştirmelere dönüşme oranı.

Hazırlanacak kısa dönem raporlarında, yalnızca sorunlar değil; güçlü alanlar ve iyi uygulamalar da görünür kılınmalıdır.

4. Sonuç ve Kurumsal Vurgu

Dış paydaş memnuniyet araştırmasının genel resmi, üniversitenin güçlü bir kurumsal itibar ürettiğini göstermektedir. **Başka bir ifadeyle; elimizde savunulması gereken zayıf bir tablo değil, görünürlüğü daha da artırılması gereken güçlü bir başarı hikâyesi bulunmaktadır.**

Bilim İletişimi ve Proje Ofisi açısından temel hedef; bu güçlü kurumsal algıyı daha sistematik iletişim, daha görünür proje çıktıları ve daha ölçülebilir izleme mekanizmalarıyla desteklemektir.