

1. AMAÇ

Bu prosedürün amacı; İzmir Ekonomi Üniversitesi'nin sosyal medya üzerindeki duruşunu ve yönetim mantığını; tüm fakültelerin, bölümlerin, enstitülerin ve idari birimlerin sosyal medya hesaplarının yönetim bakışını belirlemektir.

2. KAPSAM

İlgili prosedür, İzmir Ekonomi Üniversitesi'nin tüm idari ve akademik personelini kapsamaktadır.

3. SORUMLULUKLAR

3.1. Bu dökümanın hazırlanmasından ve güncellenmesinden Kurumsal İletişim Direktörlüğü sorumludur.

3.2. Bu dökümanın uygulanmasında Kurumsal İletişim Direktörlüğü ve ilgili birim personeli birlikte sorumludur.

3.3. Sosyal medya hesabı olan her birimde bir sosyal medya sorumlusu bulunmaktadır. Sosyal medya temsilcileri, sorumlu oldukları hesapların tüm içeriklerini üretmek ve sorulan sorulara yanıt vermekle yükümlüdür. Teknik desteği ve danışmanlığı Kurumsal İletişim Direktörlüğü'nden talep eder.

3.4. Sosyal medya hesabı olan her fakülte ve bölümde bir sosyal medya sorumlusu bulunmaktadır. Sosyal medya sorumluları, yönettikleri hesapların tüm içeriklerini üretmek ve sorulan sorulara yanıt vermekle yükümlüdür. Teknik desteği ve danışmanlığı Kurumsal İletişim Direktörlüğü'nden talep eder.

3.5. Sosyal medya doğru kullanıldığında kurum için faydalı fakat krize açık bir alandır. Sosyal medya sorumluları, sosyal medya prosedürüne, kriz planına uymakla ve bunları bilmekle yükümlüdür.

Hazırlayan

Onaylayan

Sosyal medya sorumlularının kullandığı mecralar şu şekildedir; Instagram, Twitter, Facebook, LinkedIn, Youtube ve geliştirilebilecek tüm sosyal medya mecralarıdır.

4. TANIMLAMALAR

Sosyal Medya: Web 2.0'ın kullanıcı hizmetine sunulması ile birlikte, tek yönlü bilgi paylaşımından, çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan **medya** sistemidir. Ayrıca **sosyal medya**; kişilerin İnternet üzerinde birbirleriyle yaptığı diyaloglar,etkinlikler, tanıtımlar, hatırlatmalar ve paylaşımların bütünüdür. Sosyal medya ile kişiler arasında oluşan bilgi ağı ve iletişim hızlanmıştır.

Instagram: Fotoğraf ve video paylaşımı üzerine yoğunluk verilmiş sosyal ağ platformudur.

Twitter: 280 karakterden oluşan, kullanıcıların "tweet" olarak bilinen mesajları yayımladığı ve birbirleriyle etkileşimde bulunduğu Amerikan bir mikro-blog ve sosyal ağ hizmetidir.

Facebook: İnsanların tanıdıklar veya başka insanlarla iletişim kurmasını ve bilgi alışverişi yapmasını sağlayan bir sosyal ağ

LinkedIn: LinkedIn, internet ortamındaki en geniş profesyonel ağıdır. Profesyonel ilişkileri bağlamak , güçlendirmek ve kariyerinizde başarılı olmak için ihtiyacınız olan becerileri öğrenmek için kullanılan bir sosyal ağ platformudur.

Youtube: Üye olan her kişinin değişik kategorilerde videolar yükleyerek başka kullanıcılar ile paylaştığı dünyanın en büyük video portalıdır.

Hazırlayan

Onaylayan

Sosyal Medya Uzmanı: Bir kurum, kuruluş ya da organizasyona ait sosyal medya hesaplarını yöneten, yetkili olduğu kurum adına içerik üreten, paylaşımlarda bulunan, yorum yapan, gelen sorulara yanıt veren ve kriz durumlarında yetkili makamlara gerekli uyarılarda bulunup tedbir alınması beklenen kişidir.

Sosyal Medya Kriz: Bir kurum, kuruluş ya da organizasyon ile ilgili olumsuz, asılsız haber ve içeriklerin sosyal medya aracılığıyla yayılım göstermesi ve bu durumun ilgili kurum, kuruluş ya da organizasyona zarar vermesi durumudur.

5. TEMEL PRENSİPLER

5.1. Kurumun sosyal medya hesaplarında kişisel bilgilerin verilmemesi ve kişisel profilin kullanılmaması önem taşır. Tüm sosyal medya hesaplarında, Kurumsal İletişim Direktörlüğü'nde sosyal medya uzmanı olarak görevli olan kişi olası aksaklıklara tedbiren mutlaka ilgili hesabın yöneticileri arasında gösterilmelidir.

5.2. Üniversitemizin sosyal medya sorumlusu yönettiği hesaplarda öne çıkaracağı içeriklerin İzmir Ekonomi Üniversitesi resmi hesaplarından paylaşılması istediği takdirde Kurumsal İletişim Direktörlüğü ile irtibata geçer. Kurumsal İletişim Direktörlüğü içeriği değerlendirerek ilgili birime, fakülteye ya da bölüme olumlu/olumsuz dönüş yapar.

5.3. Paylaşılan içerikler İzmir Ekonomi Üniversitesi'nin kimliğine uygun olmak zorundadır.

5.4. Sosyal ağ platformlarının kamuya açık olduğu gözetilerek İzmir Ekonomi Üniversitesi resmi sosyal medya hesaplarında özel hayat ve kişisel bilgiler paylaşılamaz.

Öğrenciler ya da istenen kişiler ile içerik üretilmek istenirse KVKK kapsamında imzalarını almak zorunludur. İzni doğrultusunda paylaşımlar yapılabilir.

Hazırlayan

Onaylayan

5.5. Sosyal ağ platformlarının kamuya açık olduğu gözetilerek kullanılacak her türlü alıntı, sanat eseri, fotoğraf, müzik, video, söz vb. Paylaşılırken referans verilmesi zorunludur. Özel olarak müzikler için (kullanılan her türlü video ve film içerisindeki müzik dahil) telif hakkı ödenmelidir ya da telif hakkı olmayan müzikler kullanılmalıdır. Aksi halde cezai şartları bulunmaktadır.

5.6. Bilimsel ve eğitime yönelik faaliyetlerde bulunan akademik bir kurum olan İzmir Ekonomi Üniversitesi, tüm düşünce, inanç, görüş ve yönelimleri anayasal bir hak olan ifade özgürlüğü çerçevesinde değerlendirir ve eşit mesafede durur. Fakat politik görüş, dini inanç, cinsel yönelim vb. gibi hassas konularda yapılan paylaşımlar duruş/tercih gibi algılanabileceğinden bu tür içeriklerin yer aldığı paylaşımların öncesinde Üniversite'nin ilgili birimlerinin (Rektörlük, Genel Sekreterlik, Kurumsal İletişim Direktörlüğü vb.) bilgisine sunulması gerekmektedir.

5.7. Sosyal medya ve dijital pazarlama reklam panelleri özelinde, Kurumsal İletişim Direktörlüğü Sosyal Medya Uzmanı ve belli dönemsel anlaşmalarda İzmir Ekonomi Üniversitesi sosyal medya hesaplarına destek veren ilgili ajans sayfaya admin/yönetici olarak, hesap sorumlusu da editör olarak tanımlanmalıdır.

6. YÖNTEM

6.1. İzmir Ekonomi Üniversitesi hesapları dışında bireysel hesaplardan yayınlanan içeriklerden hiçbir şekilde Üniversite sorumlu değildir; İzmir Ekonomi Üniversitesini ilgilendirmez. Fakat bu tür paylaşımlarda Üniversite'nin logosu ya da görüntüsü kullanılmamalıdır.

6.2. Başta öğrenci kulüpleri olmak üzere düzenli içerik üretilen Üniversite adına paylaşım yapıp hesabı yöneten öğrencilere, Üniversite içinde resmi pozisyonları olduğu hatırlatılmalıdır.

Hazırlayan

Onaylayan

6.3. Kriz Yönetimi

6.3.1. Olumsuz bir söylem, görsel vb. sorunlarla karşı karşıya gelindiğinde, cevap verilip verilmeyeceği ya da nasıl iletişim kurulması gerektiği ile ilgili Kurumsal İletişim Direktörlüğü ile görüşülmeli, onların yönlendirmesi sonucunda eyleme geçilmesi gerekmektedir.

6.3.2. Cevap verilmeden önce ise olumsuz söylemde bulunan kişi ya da gruplar incelenmeli, önceki paylaşımları gözden geçirilmelidir.

6.3.3. Sosyal medya gönderileri bazen yanlış anlaşılmalara neden olabilir. İçeriğin açık olduğundan emin olunmalıdır.

6.3.4. Sosyal medya paylaşımları ile alakalı olarak bir kullanıcı hayal kırıklığına uğramışsa ya da konu hassas ise, kişi ile doğrudan iletişime geçerek ve Kurumsal İletişim Direktörlüğü'nün görüşüne başvurarak sorun çözülür.

6.3.5. Olumsuz durumlarda, sosyal medya topluluğumuzun üyeleri spontane olarak üniversiteyi korumak için karşı savunmaya geçebilir, bu ortama izin verilebilir.

6.3.6. Sosyal medya platformlarının genelinde nefret içerikli konuşmalara, rahatsızlıklara ve benzeri saldırılara ilişkin kuralları vardır. Bu kurallar alıntılanarak, uygun olmayan paylaşımlar kaldırıldığında kişiler bilgilendirmelidir.

6.4. Yorumlar, Geri Bildirimler ve Gönderiler

6.4.1. Üniversite Hizmetlerine İlişkin Şikayet Bildirimleri

Gelen yorumlar, geri bildirimler ve şikayetler sosyal medya sorumlusu tarafından raporlanır ve direktöre iletilir.

Eğer bir takipçi üniversite içindeki hizmetlerle ilgili şikayetini sosyal medya mecraları aracılığı ile aktarırsa (öğrenci işleri, yemek, vb.) durumun sosyal medya sorumlusu tarafından ayrıntıları ile ilgili bölüme bildirilmesi gerekir ve aşağıdaki cevap yazılır.

Hazırlayan

Onaylayan

“Merhabalar, Sorununuzu ilgili birime aktardık, en kısa sürede çözüme ulaşması için gereken yapılacaktır. Sevgiler, İEÜ”

Eğer bir takipçi tercih döneminde üniversitemiz, olanaklarımız, fırsatlarımız, imkanlarımız, fakültelerimiz, yüksekokullarımız, bölüm ve programlarımız hakkında bilgi almak istediğini sosyal medya aracılığı ile bize iletirse sosyal medya sorumlusu tarafından yazan kişiye aşağıdaki şekilde iletişim bilgileri iletilir.

“Merhabalar, Detaylı bilgi ve tüm merak ettikleriniz için 09.00-18.00 saatleri arasında XXX numaralı telefondan bize ulaşabilir, XXX numaralı Whatsapp hattına yazabilir ya da XXX adresine mail atabilirsiniz. Sevgiler, İEÜ”

Eğer bir takipçi üniversitemizde lisansüstü eğitim ile ilgili bilgi almak istediğini sosyal medya aracılığı ile bize iletirse sosyal medya sorumlusu tarafından yazan kişiye aşağıdaki şekilde iletişim bilgileri iletilir.

“Merhaba, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü detaylı bilgi için XXX web sayfamızı ziyaret edebilir, XXX adresine mail atabilirsiniz. Sevgiler, İEÜ”

6.4.2. İş Başvuruları

İzmir Ekonomi Üniversitesi’ndeki açık pozisyonlar ile ilgili sosyal medya platformları üzerinden başvuru alınmamaktadır.

6.4.3. Üniversite Yönetimi Hakkında Yorumlar

Olumlu olarak gelen yorumlar olduğu gibi kalmalıdır.

Olumsuz ve tarafsız yorumlar ise öncelikle incelenmeli ve değerlendirilmelidir. İçerikte uygunsuz, hassas, Üniversite hakkında yanlış ve yanıltıcı bilgilerin bulunduğu ifadelerle bakılarak, bu yorumların kaldırılma hakkı İzmir Ekonomi Üniversitesi’ne aittir.

Öfke, nefret, küfür ve hakaret unsurları içeren yorumlar kaldırılmalıdır.

Hazırlayan

Onaylayan

6.4.4. Öğrenciler Arasında Gerçekleşen Diyaloglar

Hassas bir konu olması nedeniyle detaylı şekilde incelenmeli ve Sağlık, Kültür ve Spor Müdürlüğü ile iletişime geçilmelidir.

İzmir Ekonomi Üniversitesi resmi hesaplarında olumlu eleştiri içeren diyaloglarda sohbet ve yorumlara izin verilmelidir. Öfke, nefret, hakaret ve küfür içeren gönderiler kaldırılmalıdır. Silinen yorum içeriği ile ilgili gerekçe sorulduğunda İzmir Ekonomi Üniversitesi sosyal medya kurallarına uymadığı açıklanmalıdır.

6.4.5 İzmir Ekonomi Üniversitesi Hakkındaki Olumsuz Yorumlar

İzmir Ekonomi Üniversitesi mensubu olmayan kişi veya grupların yaptıkları yorumlar dikkatle okunmalı ve takip edilmelidir. Bu konuda Kurumsal İletişim Direktörlüğü bilgilendirilmelidir. Bu yorumlar eğer karalama, öfke, nefret, hakaret unsurları içermiyorsa kaldırılmamalıdır. Yorumu yapan kişi belirlenip o kişi ile özel olarak görüşülmeli ve bu sorun için çözüm önerisi olup olmadığı öğrenilmelidir.

6.4.6. Önemli Gün ve Haftalar – Sosyal Medya Özel Günler Takvimi

Üniversitenin resmi sosyal medya hesaplarında takvimler öncesinde hazırlanmalı ve onay alınarak Kurumsal İletişim Direktörlüğü sorumluluğunda paylaşılmalıdır.

Bağlı hesaplardan sorumlu olan sosyal medya temsilcileri ise önemli gün ve haftaları kutlamak üzere Kurumsal İletişim Direktörlüğü iş birliği ile ortak bir plan hazırlayarak paylaşımı yapmalıdırlar.

6.4.7. Felaketler, Terör Saldırıları ve Sosyal Olaylar

Üst yönetim bilgisi dahilinde sosyal medya platformlarından aksi bir karar çıkmadığı sürece hiçbir iletişim yapılmaması gerekmektedir. Bu konuda bilgi akışı Kurumsal İletişim Direktörlüğü'nden gelir.

6.4.8. Hakaret

Sosyal medya platformları üzerinden yapılmış ve kişiye/gruba zarar veren yorumlar derhal kaldırılmalıdır.

Hazırlayan

Onaylayan

6.4.9. Taciz ve Gizlilik

Sosyal medya platformları üzerinden açıkça yapılmış, kişi veya grupları taciz eden ve gizlilik içeren bilgilerini (telefon numaraları, adres bilgileri vb.) paylaşan gönderiler derhal kaldırılmalıdır.

6.4.10. Hukuki Davalara İlişkin Gönderiler

Davalar hakkında detay, yorum veya herhangi bir şey içeren paylaşımlar derhal kaldırılmalıdır. Bu bütün geçmiş veya gelecek davaları kapsar.

6.4.11. Irk, Din, Cinsiyet ve Engellilere Yönelik Söylemler

Sosyal medya platformları üzerinden herhangi bir kişi veya grupla ilişkili hakret içeren gönderilere izin verilmez. Bu tür içerikleri yayınlayan kişi engelleniz ve ilgili sosyal medya platformlarına şikayette bulunulur.

6.4.12. Kamusal Korku ve Tehdit Söylemleri

Kamusal korku, terör tehdidi ve başka bireylere karşı tehdit içeren herhangi bir gönderi derhal İzmir Ekonomi Üniversitesi Kurumsal İletişim Direktörlüğü ve Güvenlik birimlerine bildirilir. Paylaşım silinmeden önce kullanıcının linki ve yorumun ekran görüntüsü alınmalıdır.

6.4.13. Şiddet – Uyuşturucu

Bu tür içerikler kullanıcı linki ve ekran görüntüsü alındıktan hemen sonra silinmelidir.

6.4.14. Reklam

Eğer paylaşım bir ürün ya da hizmetin reklamını içeriyorsa gönderi hemen kaldırılmalıdır.

6.4.15. İntihar Girişimi ve Kendine Zarar Verme Söylemleri

Eğer bir kullanıcı, intihardan bahseden, intihar girişimi ya da kendine zarar verme içeriği taşıyan bir gönderide bulunursa, içeriği paylaşan kişiye hemen özel mesajdan yazılmalıdır. Orijinal gönderinin ekran görüntüsü alınmalı ve detaylı bir şekilde gerekli birimlere bilgisi verilmelidir.

6.4.16 Yabancı Dilde Yapılan İçerikler

Yabancı dilde yapılmış olan paylaşımlar, aynı dil ile yanıtlanmalıdır.

Hazırlayan

Onaylayan

7. KAYITLAR

Sosyal medya sorumluları, kendi yönettikleri hesaplarla ilgili takip, gelen soruların yanıtlarını ve cevaplarını raporlamalı ve kayıt altında tutmalıdır.

Kurumsal İletişim Direktörlüğü'nde Sosyal Medya Sorumlusu olan kişi ise resmi hesaptan duyurulan, yapılan tüm içerikleri saatleri ve istatistikleri ile kayıt altına almaktadır.

8. GÖZDEN GEÇİRME

Bu prosedürden sorumlu birim Kurumsal İletişim Direktörlüğü'dür. Gözden geçirme her yıl belirlenen ihtiyaçlar doğrultusunda yapılır.

Hazırlayan

Onaylayan



**İZMİR EKONOMİ
ÜNİVERSİTESİ**

SOSYAL MEDYA PROSEDÜRÜ

İlk Yayın Tarihi
Revizyon Tarihi / No
Doküman Kodu
Sayfa No

Hazırlayan

Onaylayan