

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
KURUMSAL İLETİŞİM DİREKTÖRLÜĞÜ

SWOT ANALİZİ

2026

Kalite Güvence ve İç Kontrol Çalışmaları

SWOT ANALİZİ

Kurumsal İletişim Direktörlüğünün mevcut kurumsal kapasitesinin değerlendirilmesi, gelişime açık alanlarının belirlenmesi, dış çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditlerin ortaya konulması amacıyla SWOT analizi hazırlanmıştır.

SWOT analizi; Direktörlüğün stratejik amaç ve hedeflerinin belirlenmesi, faaliyetlerinin geliştirilmesi ve kalite güvence sisteminin sürekli iyileştirilmesi çalışmalarına temel oluşturur.

GÜÇLÜ YÖNLER Kurumsal kapasite ve mevcut avantajlar	ZAYIF YÖNLER / GELİŞİME AÇIK ALANLAR İyileştirme ve geliştirme gerektiren alanlar
FIRSATLAR Dış çevrede değerlendirilebilecek olanaklar	TEHDİTLER Dış çevreden kaynaklanan riskler

GÜÇLÜ YÖNLER

Direktörlüğün mevcut kapasitesini ve kurumsal avantajlarını ortaya koyan unsurlar.

1. Rektörlüğe bağlı merkezi bir kurumsal iletişim yapılanmasının bulunması.
2. Kurumsal iletişimin farklı uzmanlık alanlarına yönelik birimlerden oluşan kapsamlı bir organizasyon yapısına sahip olması.
3. Halkla ve dış paydaşlarla ilişkiler, medya ilişkileri, sosyal ve dijital medya, görsel iletişim tasarımı, içerik üretimi, radyo-televizyon, bilimsel etkinlik ve protokol alanlarında uzmanlaşmış faaliyetlerin yürütülmesi.
4. ÇOMÜ TV ve ÇOMÜ Gazete gibi Üniversiteye ait kurumsal medya kanallarının bulunması.
5. Geleneksel medya ile dijital iletişim kanallarının birlikte kullanılabilmesi.
6. Üniversitenin akademik, bilimsel, sosyal ve kültürel faaliyetlerine doğrudan erişim imkânının bulunması.
7. Üniversitenin kurumsal kimliğinin ve iletişim faaliyetlerinin merkezi olarak koordine edilebilmesi.
8. Üniversite yönetimi, akademik ve idari birimler ile doğrudan iletişim ve koordinasyon kurulabilmesi.
9. Farklı iletişim formatlarında yazılı, görsel, işitsel ve dijital içerik üretme kapasitesinin bulunması.
10. Üniversitenin kurumsal görünürlüğünü ve bilim iletişimini destekleyecek iletişim altyapısına sahip olunması.

ZAYIF YÖNLER / GELİŞİME AÇIK ALANLAR

Kurumsal kapasitenin güçlendirilmesi amacıyla izlenmesi ve geliştirilmesi gereken alanlar.

1. Kurumsal iletişim faaliyetlerine ilişkin ölçülebilir performans göstergelerinin ve düzenli raporlama sisteminin daha da geliştirilmesine ihtiyaç duyulması.
2. Farklı iletişim kanallarında üretilen içeriklerin arşivlenmesi, sınıflandırılması ve raporlanmasına yönelik bütünlük bir sistem ihtiyacı.
3. Üniversitenin çok sayıda akademik ve idari birime sahip olması nedeniyle kurumsal iletişim standartlarının bütün birimlerde eş zamanlı uygulanmasının güçleşebilmesi.
4. Yoğun etkinlik dönemlerinde haber, fotoğraf, video, tasarım ve sosyal medya içerik taleplerinin aynı zaman diliminde artabilmesi.
5. Kurumsal iletişim faaliyetlerinin etki, erişim ve paydaş memnuniyeti açısından ölçülmesine yönelik veri toplama mekanizmalarının geliştirilme ihtiyacı.
6. Uluslararası hedef kitlelere yönelik çok dilli içerik üretiminin ve uluslararası iletişim kapasitesinin geliştirilmesine ihtiyaç duyulması.
7. Birimlerden Kurumsal İletişim Direktörlüğüne bilgi ve içerik aktarım süreçlerinin daha standart bir yapıya kavuşturulmasına ihtiyaç duyulması.
8. Yeni iletişim teknolojilerindeki hızlı değişim nedeniyle personelin sürekli mesleki gelişim ve hizmet içi eğitim ihtiyacının bulunması.

FIRSATLAR

Dış çevrede Direktörlüğün gelişimini ve görünürlüğünü destekleyebilecek olanaklar.

1. Dijital medya ve yeni iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi.
2. Üniversitelerin bilim iletişimi faaliyetlerine verilen önemin giderek artması.
3. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesinin sahip olduğu geniş akademik ve bilimsel üretim kapasitesinin iletişim çalışmalarına içerik kaynağı oluşturması.
4. Üniversitenin ulusal ve uluslararası akademik iş birliklerinin kurumsal görünürlüğün artırılmasına imkân sağlaması.
5. Video, podcast, kısa video, canlı yayın ve diğer yeni medya formatlarının farklı hedef kitlelere ulaşma imkânlarını artırması.
6. Yerel ve ulusal medya kuruluşlarıyla iş birliklerinin geliştirilebilmesi.
7. İletişim Fakültesi başta olmak üzere Üniversitenin akademik birimleriyle ortak iletişim projelerinin geliştirilebilmesi.
8. Öğrencilerin içerik üretimi, medya ve iletişim faaliyetlerine katılımının artırılabilmesi.
9. Veri analitiği, yapay zekâ ve dijital ölçüm araçlarının kurumsal iletişim süreçlerinde kullanılabilmesi.
10. Sosyal medya ve dijital platformlar sayesinde Üniversitenin faaliyetlerinin ulusal ve uluslararası hedef kitlelere doğrudan ulaştırılabilmesi.
11. Paydaş geri bildirimlerinin dijital araçlarla daha hızlı ve sistematik biçimde toplanabilmesi.

TEHDİTLER

Kurumsal iletişim süreçlerini ve kurumsal itibarı etkileyebilecek dış çevre riskleri.

1. Sosyal medya ve dijital platformlarda yanlış veya yanıltıcı bilgilerin hızlı biçimde yayılabilmesi.
2. Üniversitenin kurumsal itibarını etkileyebilecek iletişim krizlerinin dijital ortamlarda kısa sürede geniş kitlelere ulaşabilmesi.
3. Sosyal medya platformlarının algoritmalarında meydana gelen değişikliklerin kurumsal içeriklerin erişimini etkileyebilmesi.
4. Kurum adına yetkisiz veya kurumsal standartlara uygun olmayan içeriklerin yayımlanabilmesi.
5. Dijital iletişim süreçlerinde kişisel verilerin korunması, bilgi güvenliği ve siber güvenlik risklerinin bulunması.
6. İletişim teknolojilerinin ve medya kullanım alışkanlıklarının hızla değişmesi.
7. Yoğun bilgi akışı nedeniyle hedef kitlelerin kurumsal içeriklere ayırdığı dikkat süresinin azalması.
8. Kurumsal iletişim alanında kullanılan dijital platformların üçüncü taraf şirketlerin politika ve teknik altyapılarına bağımlı olması.
9. Kriz dönemlerinde doğrulanmamış içeriklerin kurumsal açıklamalardan daha hızlı yayılabilmesi.
10. Farklı hedef kitlelerin iletişim kanalı ve içerik beklentilerinin sürekli değişmesi.

SWOT ANALİZİNİN STRATEJİK DEĞERLENDİRMESİ

Yapılan SWOT analizi doğrultusunda Kurumsal İletişim Direktörlüğünün; mevcut medya ve iletişim kapasitesini kullanarak Üniversitenin bilimsel ve kurumsal görünürliğini artırması, dijital iletişim olanaklarından daha etkin yararlanması ve paydaşlarla iletişimini güçlendirmesi öncelikli gelişim alanları olarak değerlendirilmektedir.

Gelişime açık alanların iyileştirilmesi amacıyla performans göstergelerinin oluşturulması, düzenli izleme ve raporlama mekanizmalarının geliştirilmesi, içerik ve medya arşivlerinin sistematik hâle getirilmesi, paydaş geri bildirimlerinin ölçülmesi ve personelin mesleki gelişiminin desteklenmesi önem taşımaktadır.

Belirlenen fırsatlardan yararlanılması ve tehditlere karşı gerekli önlemlerin alınması amacıyla gerçekleştirilecek faaliyetler, Kurumsal İletişim Direktörlüğü Stratejik Eylem Planı ve PUKÖ döngüleri kapsamında izlenecek ve değerlendirilecektir.

Not: SWOT analizi, paydaş görüşleri ve kalite güvence çalışmaları doğrultusunda düzenli aralıklarla gözden geçirilerek güncellenebilir.