

Pazarlama ve Tanıtım Detay Süreç Kartı	
Kurumsal Süreç	Toplumsal Katkı Kurumsal Süreçleri
Ana Süreç	Toplumsal Katkı Faaliyetleri Planlama ve Yürütme Ana Süreci
Alt Süreç	Sürekli Eğitim Merkezi
Detay Süreç	Pazarlama ve Tanıtım Detay Süreci
Süreçten Sorumlu/Koordinatör	-Birim Sorumlusu ve Uzman Yardımcısı
Süreç Uygulayıcıları	-Birim Sorumlusu ve Uzman Yardımcısı
Süreçle İlgili Diğer Paydaşlar	-Rektörlük ve Genel Sekreter
Sürecin Amacı	SEM tarafından sunulan eğitim programlarının hedef kitlelere etkili bir şekilde duyurulmasını sağlayarak, katılımcı sayısını artırmak, kurumsal görünürlüğü güçlendirmek ve toplumsal katkıyı desteklemektir.
Sürece Yönelik Dayanak/Kaynak	-Üniversite Stratejik Planı: Kurumsal hedefler doğrultusunda tanıtım ve görünürlük stratejilerini belirler. -SEM Yönergesi: Merkezin tanıtım faaliyetleriyle ilgili yetki ve sorumlulukları tanımlar. -YÖK Kalite Güvencesi Çerçevesi: Eğitim hizmetlerinin paydaşlara etkin sunumu ve bilgilendirme süreçlerine vurgu yapar. -Kurumsal İletişim Politikaları: Üniversitenin medya, sosyal ağlar ve iletişim kanallarının kullanım ilkelerini düzenler. -Hedef Kitle Analizleri ve Geri Bildirim Raporları: Tanıtım stratejilerinin şekillendirilmesinde kullanılan veri kaynaklarıdır.
Sürecin Girdileri	-Eğitim Programı Bilgileri: İçerik, hedef kitle, süre, ücret ve eğitici bilgileri -Hedef Kitle, Katılımcı profili, ihtiyaç analizleri, sektörel talepler -Kurumsal Kimlik ve İletişim Rehberi: Logo ve görseller -Bütçesi ve Kaynakları – Reklam, dijital kampanya ve baskı giderlerine ayrılan mali kaynaklar -İletişim ve Medya Kanalları: Web sitesi, sosyal medya, e-posta, afiş, telefon numarası vb. araçlar
Sürecin Uygulama Basamakları	1.Basamak: Resmi yazı ile yönetim tarafından onay alınır ve pazarlama süreçleri başlatılır. 2.Basamak: Hedef Kitle belirlenir. 3.Basamak: Planlanan mecralarda eğitimler yayına alınır (sosyal medya, e-posta, web’te duyuru, sms, afiş)
Süreç Çıktıları	-Rektörlük ve Genel Sekreterlik
Süreç Performans Göstergeleri	Tanıtımın Katılımcı Kayıtlarına Etki Oranı, Dijital Erişim ve Görüntülenme Sayısı, Tanıtım Sürecine Göre Kayıt Hızı, Hedef Kitleye Ulaşma Oranı, Web, sosyal medya, e-posta, afiş gibi tanıtım

	mecralarının kayıt getirme oranlarının kıyaslanması, Tanıtım Bütçesi ve kayıt sayısı.
Süreç İzleme Yöntemi	-Bütçe Çalışmaları ve Ebys Onay Yazıları, Kayıt Oranları
Süreç İzleme Periyodu	Yıl Süresince
İlişkili Olduğu Süreçler	-Kalite Yönetim Sistemi -Program Tasarımı ve Geliştirme Süreci -Program Onay Süreci, Kayıt ve Başvuru Süreci -Eğitimi Uygulama Süreci -Paydaş ve İş Birliği Süreci -Raporlama ve İzleme Süreci