

# ERCİYES ÜNİVERSİTESİNİN REKLAM AMAÇLI KULLANIMINA İLİŞKİN YÖNERGESİ

## SENATO KARARLARI

Toplantı Sayısı: 22 Sayfa:1 Karar Tarihi: 17.10.2003 Erciyes Üniversitesi'nin Reklam Amaçlı Kullanıma İlişkin Yönerge Hk. 2003.022.092- "Erciyes Üniversitesi'nin Reklam Amaçlı Kullanıma İlişkin Yönerge" ilgili konu üzerinde görüşüldü.

Yapılan görüşmeler sonucunda; "Erciyes Üniversitesi'nin Reklam Amaçlı Kullanıma İlişkin Yönerge" nin aşağıdaki şekilde kabulüne oybirliği ile karar verilmiştir.

## ERCİYES ÜNİVERSİTESİNİN REKLAM AMAÇLI KULLANIMINA İLİŞKİN YÖNERGE

### Amaç ve Kapsam

Madde 1: Bu yönerge Erciyes Üniversitesi'ne ait görüntü, isim, amblem, logo ve personelinin reklam ortamlarında kullanımına dair usul ve esasları belirlemeyi amaçlamaktadır.

### Hukuki Dayanak

Madde 2: Bu yönerge 2547 sayılı Kanun ile ilgili yasa ve yönetmelikler çerçevesinde kurulmuş olan Erciyes Üniversitesi Döner Sermaye İşletmesi mevzuatı ve diğer mevzuat esas alınarak düzenlenmiştir.

### Tanımlar

Madde 3: a)Reklam: Tüketicileri gönüllü olarak belirli bir davranışta bulunmaya ikna etmek, belirli bir düşünceye yöneltmek, dikkatlerini bir ürüne, hizmete, fikir ya da kuruluşa çekmeye çalışmak, onunla ilgili bilgi vermek ya da daha çok bilgi edinmeye yönelmek, ona ilişkin görüş ve tutumlarını ya da izlenimlerini değiştirmelerini veya belirli bir görüş ya da tutumu benimsemelerini sağlamak, belirli ürünü ya da hizmeti, onu satın alma ihtimali yüksek olan kitlelere tanıtmak, beğendirmek ve böylelikle onun denemesini, hatırlatılmasını, satılmasını, satın alınmasını ya da kiralanmasını temin etmek veya belirli bir kişi ya da kuruluşa karşı kamuoyunun duyarlılığını artırmak, bir davayı ya da fikri yaymak amacıyla kişisel iletişim kanalları yoluyla iletilen ya da kitle iletişim araçlarından yer ve süre satın alınarak yayımlanan veya başka yollarla çoğaltılıp dağıtılan, postalanan veya gönderilen ve bir ücret oluşturulduğu belli olan duyuru.

b)Reklam Ajansı: Reklam verenin reklamlarını planlayan, tasarlayan ve yöneten, bu hizmeti karşılığında iş başına belirli bir ücret ya da reklam verenin medya harcamaları ve reklamın yapım giderleri üzerinden komisyon alan bağımsız ticari hizmet kuruluşu.

c)Reklamveren: Reklamını bir iletişim aracıyla iletmek, dağıtmak, postalamak, göndermek yada bir iletişim aracında yayımlamak için belirli ücret ödeyen kişi ya da kuruluş.

d)Reklam Ortamı: Televizyon, radyo, sinema, gazete, elektronik ortam ve dergiler, taşıma araçlarının içi ve dışı, açık yada kapalı alan reklam panoları, reklam postası, (mektup, ürün kataloğu, tanıtım kitapçığı, föy, sirküler vb. )fuarlar, web sayfaları, yer balonları, gök yazıları gibi reklamların yayımlandığı veya çoğaltılıp dağıtıldığı ve tüketicilere ulaştırıldığı her türlü iletişim aracı veya kanalı.

e)Reklam İletisi: Reklamın, konusu olan ürün, hizmet, etkinlik, kişi, yer, kuruluş, veya fikre ilişkin hedef kitlesine iletmesi amaçlanan duygu, izlenim, düşünce.

f)Tanıklı Reklam: Kimi zaman tüketicilerin, kimi zaman tüketiciyi canlandıran oyuncuların, kimi zaman ünlülerin ya da uzman kişilerin ürünü kullanıp memnun kaldığını öne sürdükleri, ürünün faydalarını ve üstünlüklerini anlatıp, kullanımını önerdikleri reklam.

g)Logo: Belirli bir marka için tasarlanmış, özel bir tipografiyle ve belirli bir biçimde yazılan, tüm ortamlarda aynı biçimde yer alan marka adı, kurum adı.

h)Reklam taslağı: Basın reklamı, poster, basılı sayfa ya da föy, broşür gibi basılı çalışmaların tasarlanan içeriğı ve görünüşü hakkında fikir vermek için yapılan çizim.

i)Senaryo: Sinema, Radyo, televizyon reklamının sahnelerini, akışını yada çekim kayıt talimatlarını içeren metin.

j)Storyboard: Reklam filminde yer alması planlanan çekimleri, tasarlanan sırası içinde gösteren, altında sözlerle, müzik ve efektlere ilişkin açıklamaların yer aldığı bir dizi çizim.

k)Yaratıcı Çalışma: Reklamı düşünce olarak oluşturma ve ilgili yöntemleri kullanarak uygulama.

l)Analiz Yöntemleri: Reklamı yapılacak konu ile ilgili uluslar arası standartlarla tespit edilmiş kriterlere göre ölçülebilir sonuçlar vermek şartıyla yapılan testler, analiz yöntemleri olarak kabul edilir.

m)Amblem (Marka İşareti): Bir kurumu, ürünü ya da hizmeti insanların zihninde kalacak şekilde simgelemesi amacıyla belirgin renk ve yazı karakterlerinin kullandığı biçim yada simge.

#### Genel İlkeler

Madde 4:Erciyes Üniversitesi isminin kullanılacağı reklamlarda konuyla ilgili uzmanlık ve uygulama alanının üniversite bünyesinde mevcut olması gerekir.

Madde 5:Reklam başvuruları Rektörlüğe yapılır. Bu başvurular yönergenin 7. maddesinde tanımlanan Erciyes Üniversitesi Reklam Kurulu'nca değerlendirilir.

Madde 6: Erciyes Üniversitesine bağlı birimlerin görüntü, isim, amblem ve logosu ile yapılacak reklamlar, Reklam Kurulu'nun iznine bağlıdır. Üniversiteye bağlı birimlere yaptırılan analiz sonuçları, kişi ve birimlerden alınan görüşler, araştırma bulgularının reklam amaçlı kullanımı"Reklam Kurulu"nun iznine tabidir.

Madde7: Reklam Kurulu Rektör veya Rektörün görevlendireceğı bir Rektör Yardımcısı başkanlığında, Rektör tarafından atanan İletişim Fakültesinden bir (tercihen Halkla İlişkiler Bölümünden), İktisadi ve İdari Bilimler.Fakültesinden bir (tercihen İşletme), Üniversite Yönetim Kurulu'ndan bir öğretim üyesi ile bir idari personelden olmak üzere 5 üyeden oluşur.

#### Reklam Kurulunun görevleri

Madde 8:

a)Reklam başvurularını incelemek ve uygunluğunu karara bağlamak,

b)Uygun bulunan başvuruları konuyla ilgili birime göndermek,

c)Reklamla ilgili olarak birimlerden gelen fiyat, süre v.b. konulardaki önerileri Üniversite Yönetim Kuruluna sunmaktır.

#### Yürütme ve Yürürlük

Madde 9: Bu Yönerge Senato tarafından kabul edildiğı tarihte yürürlüğe girer ve yönerge hükümleri Rektör tarafından yürütülür.