

SAKIP SABANCI MÜZESİ İLETİŞİM AJANSI HİZMETİ TEKNİK ŞARTNAMESİ

Sakıp Sabancı Müzesi'nin İletişim Ajansından Beklediği Çalışmalar

1. Sabancı Üniversitesi'ne bağlı olarak faaliyet gösteren SSM'nin faaliyet alanlarını da kapsayacak şekilde yıllık ve dönemsel planlarına bağlı olarak kurumsal iletişim stratejilerinin belirlenmesi, yürütülmesi ve takibi
2. SSM'nin misyon ve vizyonu doğrultusunda SSM markası ile ilişkili olarak sahip olunan yüksek algı ve itibarın sürdürülebilirliği ve güçlendirilmesi odağı ile toplumla etkileşimi arttıracak medya (yazılı, görsel işitsel ve internet) çalışmalar
3. SSM'nin hedef kitle ve diğer paydaşlarına yönelik tutarlı, yaratıcı ve ölçülebilir iletişim modelleri geliştirilmesi, hazırlanan stratejik iletişim planlarının yıl içerisinde konjonktürel değişimler doğrultusunda revize edilmesi
4. Global ve ulusal kültür sanat sektöründe müzeyi etkileyebilecek gelişmelerin takibi, analizi ve müzedeki ilgili kişi ve birimlerle düzenli paylaşılması
5. Ulusal sektörde rakip müzelerin takibi, rekabete yönelik değerlendirmeler ve önerilerin bildirilmesi
6. Kültür sanat sektörünü ilgilendiren ya da etkileyen ekonomi ve siyasi gündemin, kültür sanat politikalarının takibi, analizi ve müzedeki ilgili kişi ve birimlerle paylaşılması
7. Sanatın her alanında ulusal ve uluslararası basın bağlantılarının olması
8. Yürütülen sergiler/projeler için fikir ve tema üretimi
9. Aynı ya da farklı sektörlerden fırsat yaratabilecek olası işbirliği önerileri
10. Yapılan iletişim çalışmalarının üç aylık periyodlarla değerlendirmesi ve raporlanması
11. Ulusal medya iletişim çalışmalarının yanında uluslararası projelerde ve sergi sponsorluklarında 3. parti PR ajansı ile koordineli çalışılması, temel strateji ve mesajların doğru aktarılması ve proje ile ilgili bilgi akışının sağlanması
12. SSM'nin medya (yazılı, işitsel ve internet) ilişkilerinin yönetimi, sergi ve proje bazlı basın bültenlerinin hazırlanması ve SSM onayı ardından zamanında medya mensupları ile paylaşılması, özel haber ve röportajların medya mensuplarına eşlik edecek şekilde organize edilmesi
13. SSM'nin ulusal uluslararası kültür sanat alanında medya ilişkilerinin SSM'ye fayda sağlayacak ve itibarını artıracak şekilde yönetilmesi

14. Ajansın kültür sanat sektöründe en az 10 yıllık tecrübesinin olması ve ajans çalışanlarının müze pr konusunda deneyimli olması
15. SSM'nin medya takip raporlarını değerlendirerek izlenecek iletişim politikasının çizilmesi
16. SSM'nin sergilerde sözcülerinin ulusal/uluslararası platformlarda kurumun marka algısına paralel olarak konumlandırılması
17. MÜZE'nin sözcülüğünü yapacak kişilerin vereceği mesajlarının oluşturulması, konuşma metinlerinin ve sunum, video vb çalışmaların hazırlanması/hazırlatılması ve müzede ilgili kişilerin onayına sunulması
18. SSM'nin İtibar Yönetimi için, medya ilişkilerinin ötesine geçerek, markaların toplumsal ihtiyaçlarına yanıt verecek iletişim fırsatlarının SSM'nin ilgili ekibi ile paylaşılması
19. SSM'nin kurumsal imajına değer katacak sosyal sorumluluk projeleri kapsamında fikir geliştirilmesi, sivil toplum kuruluşlarının çalışmalarının takip edilmesi, olası işbirliği önerilerinde bulunulması
20. Gerçekleştirilen sosyal sorumluluk projelerini SSM'nin onayıyla kamuoyu ile paylaşılması
21. Müzeyi direkt ilgilendiren kriz yaratması muhtemel işlerin yönetime ve ilgili ekibe uyarısının iletilmesi
22. Kriz iletişim ekibi içinde yer alarak senaryo ve plan hazırlıklarının yapılması, müzeye sunulması ve müze onayıyla zamanında uygulanması
23. Kriz sonrasında iletişim yönetiminin planlanması ve ilgili kişilere kriz sonuçlarının raporlanması
24. SSM'nin onayı olmadan ajansa iletilmiş bilgilerin üçüncü kişilerle paylaşılmaması
25. İletişim ajansının üçüncü şahıslarla arasındaki her türlü işte SSM'nin menfaatlerini gözetmesi ve desteklemesi
26. Hizmet süresince SSM ile aynı alanda faaliyette bulunan ya da rakibi olan başka bir kurum ve kurumlarla çalışılmaması
27. Hizmetin karşılıklı sona erdirilmesiyle SSM tarafından kendisine temin edilen tüm bilgi ve belgelerin SSM'ye iade edilmesi, bilgisayar ortamında kayıtlı olan bilgi ve belgeleri de SSM yetkilileri gözetiminde imha etmesi

28. İletişim ajansının üyesi olduğu mesleki örgütlerin ve Uluslararası Halkla İlişkiler Danışmanlık Şirketleri Birliği ICCO'nun Roma Bildirgesi ile benimsenmiş olan, müşteriye, kamuya, medyaya, rakiplere ve çalışanlara karşı yükümlülüklerine uyulması

Sakıp Sabancı Müzesi'nin İletişim Ajansına Sorumlulukları

1. Ajansa zamanında, doğru ve eksiksiz bilginin sağlanması
2. Ajansın fatura kesmeden önce SSM'nin yazılı onayını alarak gerçekleştireceği işler kapsamında uçak bileti, vize bedeli, yemek, oto kiralama, konaklama, park ücretleri, benzin giderleri ve havaalanı çıkış vergilerinin karşılanması
3. Basın bülteni vb basım, çoğaltma ve dağıtma giderleri, kurye ve kargo ücretleri, slayt baskıları, gümrük kargo çekme ücretleri masraflarının karşılanması
4. SSM onayı ile basın mensuplarının ağırlanma masraflarının karşılanması
5. Etkinlik yönetimi, 3. partilerden alınan hizmetler, baskı, mekan, dekor, ikram, teknik ekipman, ek destek ekip, nakliye, vb. operasyonel harcamaların karşılanması

Ek: Etik İlkeler

1. Tüm bireylerin, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nden doğan haklardan yararlanmaları gerektiği inancından hareket eder ve mesleklerini İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin ruhu doğrultusunda icra ederler,
2. Halkla ilişkiler mesleğini, kamuoyu çıkarlarını zedelemeyecek biçimde icra ederler,
3. Çocuklarla ilgili ürünlerin tanıtılması için hazırlanan halkla ilişkiler mesajlarında onların güven duygularını zedeleyecek, ruhsal ve fiziksel zayıflıklarını etkileyecek içerik bulunmamasına özen gösterirler,
4. Mesleki faaliyetleri sırasında karşılıklı anlayış yaratmayı hedefleyerek kurdukları iletişimin, hem yasal hem de ahlaki açıdan toplumun kültürel değer ve inançlarını zedeleyici nitelikte olmamasını gözetirler,
5. Mesleklerini icra ederken, ilgili tüm tarafların görüşlerinin adil bir biçimde temsil edilmesine özen gösterirler,
6. Meslekleri gereği edinebilecekleri sır niteliğindeki bilgilerin gizliliği prensibine saygı gösterirler,
7. Meslekleri gereği kurdukları iletişimin açık, doğru, iki yönlü ve tarafların tam anlamıyla bilgilendirilmesine dayalı olmasına özen gösterirler.

8. Çalışmaları esnasında Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu maddelerine uyum içinde davranırlar,
9. Meslek ahlakı ilkelerine ters düşecek görevleri kabul etmezler,
10. Mesleğin itibarını ve saygınlığını korumak ve yükseltmek için çalışırlar,
11. Meslektaşlarının itibarını zedeleyecek yorumlarda ve davranışlarda bulunmazlar,
12. Medyanın haber alma ve kamuoyunu bilgilendirme özgürlüğü ile Basın Meslek İlkeleri'ne saygı gösterirler,
13. Bloglar, forumlar, video ve fotoğraf paylaşım siteleri, sosyal paylaşım ağları ve benzeri sosyal medya araç ve ortamlarının kamuoyunun bilgilendirilmesi ve kamuoyu görüşlerinin yansıtılması açısından zenginleştirici nitelikte olduğundan hareketle; bu ortamlardaki mesleki faaliyetlerinde kimliklerini ve/veya temsil ettikleri kişi ve kurumların kimliklerini şeffaflık ilkesi doğrultusunda açıklarlar,
14. Kişisel veya kurumsal düzeyde rekabet etmek gereken durumlarda, rekabeti haksız olarak etkileyecek kişisel/kurumsal bağlantılarını; ikincil olarak üstelenilmiş görevlerini vb. bu amaca hizmet edecek şekilde kullanmazlar.