



ENDÜSTRİYEL TASARIMCILAR
MESLEK KURULUŞU INDUSTRIAL
DESIGNERS SOCIETY OF TURKEY

ETMK STRATEJİK PLAN ÇALIŞMASI

10. Olağan Genel Kurula Sunuş 30 Mart 2008

Bu metin Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşunun Haziran 2006 – Kasım 2007 tarihleri arasında Ankara, Eskişehir, İstanbul ve İzmir’de gerçekleştirdiği 6 Sivil Toplum Çalıştayı sonucunda yapılan stratejik plan çalışmasını özetlemektedir.

Nisan 2008 – Nisan 2012 dönemini kapsayan Stratejik plan, ETMK’nın kuruluşunun 20. Yıldönümünde, 10. Olağan Genel Kurulunda siz üyelerimizin onayına sunulmaktadır. Stratejik plana yönelik olarak oluşturulacak eylem planı, Genel Merkez ve İstanbul Şube yönetim kurulu başkanları tarafından Genel Kurul öncesinde ana hatlarıyla oluşturuldu. Eylem planı Genel Kurul sonrasında Genel Merkez ve İstanbul Şubenin yeni Yönetim Kurulları tarafından bütünüyle hazırlanacak ve uygulamaya konulacaktır.

Stratejik Plan Çalışması, dört farklı şehirde toplam 52 üyemizin katılımıyla gerçekleştirildi. Toplam 10,5 gün süren Sivil Toplum Çalıştaylarını Sivil Toplum Geliştirme Merkezi Başkanı Dr. Levent Korkut yürüttü.

Çalıştaylara katılan Üyelerimiz

Mehmet Akan, Sezgin Akan, Ödül Akyapı, Mehmet Asatekin, Tevfik Balcıoğlu, Naz Börekçi, Coşkun Cengiz, Füsun Curaoğlu, Aslı Çetin, Özlem Devrim, Sertaç Ersayın, Hakan Ertem, Mahsube Gezer, Yankı Göktepe, Melih Gün, Serkan Güneş, Hakan Gürsu, Ateş Gürşimşek, Gamze Güven, Bahadır Güzel, Gülay Hasdoğan, Mustafa Hasdoğan, Orhan Irmak, Servet Işık, Aslı Kıyak İngin, Pınar Kaygan, Elif Kocabıyık, Fatma Korkut, Aren Kurtgözü, Mine Ovacık Dörtbaş, Can Özcan, Namık Özer, Atınç Özdemir, Filiz Pektaş Özsuca, Hülya Çelik Pabuççuoğlu, Özlem Perşembe, Oğuz Sağdıç, Mine Hoşgün Soylu, Çağlar Şahin, Çağrı Şahin, Seçil Şatır, Kunter Şekercioğlu, Bahar Şener-Pedgley, Adlihan Tartan, Süha Ural, Damla Özer Ülvan, Burak Veyisoğlu, Ayşegül Vural, Ece Yalım, Barış Yazıcı, Bülben Yazıcı

VİZYON

Tasarım farkındalığının yükselmesini ve endüstriyel tasarıma talebin artmasını sağlayan öncü örgüt olmak

MİSYON

- Ürüne katma değer ve rekabetçi üstünlük kazandırmada tasarımın kullanılmasını sağlamak,
- İyi tasarımı desteklemek ve getirdiği faydaları görünür kılmak,
- Tasarım hizmetine erişimi kolaylaştırmak,
- Tasarım teşvik olanaklarını arttırmak ve bunlardan yararlanılmasını özendirmek amacıyla, lobi, araştırma, yayın, etkinlik ve kampanya yapmak, işbirlikleri oluşturmak

DEĞERLER

- Şeffaflık
- Katılımcılık
- Örgüt içi demokrasi
- Güvenilirlik
- Erişilebilirlik
- İyi tasarımı savunmak
- Tasarımcı haklarına saygı
- İletişime ve diyaloga açık olmak
- Eşitlik
- Bağımsız ve tarafsız olmak
- Sürdürülebilirlik
- Topluma ve kullanıcıya karşı sorumlu olmak
- Yapıcı olmak
- Üye odaklı olmak
- İşbirliğine açık olmak
- Değişime açık olmak
- Çıkar çatışmasından kaçınmak
- Dayanışma
- Merkezîyetçi olmadan; bütün halinde hareket etme
- Düzenli yönetim

STRATEJİK AMAÇLAR

DİYALOG, DIŞ İLİŞKİLER, PAYDAŞLARLA İLİŞKİLER

Görünür ve Etkili ETMK

Stratejik Amaç 1

Lobi politikası oluşturmak

- Devletin ve kamu kurum ve kuruluşlarının iktisadi ve kültürel alanlarda tasarım politikası geliştirmesi konusunda işbirliği içinde olmak.
- Birincil erişim paydaşlarını belirlemek.
- Saptanan stratejik ortaklara yönelik sistemli lobi yapmak.
- Lobi materyalleri üretmek.
- Paydaşlarla paylaşmak üzere tasarımın rolü hakkında raporlar hazırlamak.

Stratejik Amaç 2

Sivil Toplum Kuruluşları ile ilişkileri geliştirmek

- Kongreler ve sivil toplum kuruluşları envanteri oluşturmak.
- STK'lara aktivitelerde rol vermek.
- STK'ların web sitelerinde ETMK'ya link vermelerini sağlamak

Stratejik Amaç 3

Medyayla ilişkileri geliştirmek

- Medya mensuplarının bilinçlendirilmesini sağlamak
- Medyanın tasarıma daha çok yer vermesini ve toplumdaki iyi tasarım algısını olumlu etkilemelerini sağlamak.
- Medya kuruluşlarında irtibat kişileri saptamak

Stratejik Amaç 4

Siyasi karar alıcılara yönelik lobi yapmak

- Sanayi Bakanlığı çalışmalarında tasarıma yer verilmesini sağlamak.
- Yerel yönetimler politikası oluşturarak bu politika çerçevesinde lobi yapmak
- Dış Ticaret Müsteşarlığına bağlı Devlet Bakanlığı ile ilişkileri geliştirmek.
- Hükümet ve meclise yönelik lobi çalışmaları yapmak

Stratejik Amaç 5

İlgili kamu kurumları ile ortak çalışmalar gerçekleştirmek

- Tasarıma devlet desteği konusunda TİM ve TOBB tarafından başlatılan çalışmalara görüş oluşturmak ve yeni alanlarda çalışmaların başlatılmasını teşvik etmek
- TPE ve diğer ilgili kuruluşlarca gerçekleştirilen tasarımla ilgili çalışmalara görüş oluşturmak
- İl sanayi odaları ile temas kurmak; bilgilendirme toplantıları, paneller düzenlemek bunun için TOBB'dan destek almak
- Fikri Sınai Haklar Mahkemelerine bilirkişi önermek

Stratejik Amaç 6

Stratejik ortaklıklar kurmak

- Tasarımla ilgili iş dünyasında kritik rol oynayan çeşitli kuruluşlarla stratejik ortaklık geliştirmek ve proje yapmak
- Stratejik ortakları lobi faaliyetlerine ortak etmek
- Stratejik ortakların ETMK için kaynak yaratma faaliyetlerine katılmalarını sağlamak
- Stratejik ortakların ETMK faaliyetlerine destek vermelerini sağlamak

Stratejik Amaç 7

İletişim Stratejileri geliştirmek

- Tasarım farkındalığını yükseltmede öncelikli olarak hedeflenmesi gereken üretici ve tüketicilere yönelik iletişim kanalları oluşturmak
- Hedef kitle belirlemek
- Derneğin ve tasarımın promosyonu için iletişim stratejileri geliştirmek (televizyon, sinema, kütüphane, müze, arşiv, sanal/fiziksel) (kitap, dergi, yarışmalar, temalı TV programları) (Konular: Pazarlama, ekonomi, tasarım dili).
- Her okulda bir ETMK öğrenci temsilcisi belirlemek.

Stratejik Amaç 8

Uluslararası İlişkiler Geliştirmek

- Küresel, bölgesel ve diğer ülkelerdeki ulusal kuruluşlarla ilişkiye geçmek, ortak faaliyet olanakları yaratmaya çalışmak
- Uluslararası kuruluşların Türkiye temsilcilikleriyle bağlantılar kurmak.

FAALİYETLERLE İLGİLİ STRATEJİ

Tasarımı Kalkındırmak

Stratejik Amaç 1

Kamu kurum ve kuruluşlarının tasarıma olan ilgisini artırmak

- Tasarımcıların vergi muafiyetlerinden yararlanmasına yönelik çalışma yapmak
- Tasarımcıların devlet memurluğu kategorileri arasında yer almasına yönelik çalışma yapmak.
- Devletin tasarımı teşvik etmesine yönelik çalışma yapmak.
- Kalkınma planlarında tasarımın devlet politikası haline gelmesi için çalışmalar yapmak, planlamanın paydaşı olmak.
- Tasarımın ülke ekonomisi açısından önemine değinen kampanyalar yapmak
- TÜBİTAK ve TTGV'nin hakem heyetlerinde yer almak.

Stratejik Amaç 2

Tasarımı desteklemeye ve tanıtmaya yönelik sergi, ödül, yarışma düzenlemek

- “İyi Tasarım Markası ve Ödülü” düzenlemek ve sergilemek
- Mesleği ve meslektaşların çalışmalarını tanıtan sergiler yapmak
- Tasarım yarışmaları düzenlemek ve desteklemek,
- Tasarım yarışmalarına destek vermek
- Fuar ve kongrelerde stand açmak ve konuşma yapmak
- İhracatı geliştirme amacıyla yurtdışında sergi yapmak

Stratejik Amaç 3

Toplumun, endüstrinin ve iş dünyasının tasarım farkındalığını yükseltmek

- Tasarımın kritik rol oynadığı başarı hikayelerini derlemek ve yayınlamak.
- Endüstriyel tasarımla ilgili görsel malzeme üretmek, reklam kampanyaları yapmak, etkileşimli bilgi sistemleri oluşturmak (telefon hattı gibi)
- Türk tasarımının markalaşması sürecinde pozisyon almak.
- Pazarlama süreç ve söylemine tasarımı sokmak.
- Ekonomi yazarlarının “tasarım” algılarını açmaya yönelik toplantı ve aktiviteler yapmak.
- Yayın kuruluşlarıyla içerik ortaklığı kurmak.
- Medyayı düzenli ve sürekli kullanmak.
- Sosyal içerikli endüstriyel tasarım odaklı projelerde STK’lar ve üretici firmalarla birlikte yer almak.
- Yıllık tasarımcı kataloğu yayınlamak.
- Tasarımı tanıtan el kitapları basmak.

Stratejik Amaç 4

Tasarım hizmetine erişimi kolaylaştırmak

- Üreticiyle tasarımcıyı buluşturan programlar geliştirmek.
- Tasarım merkezlerinin kurulmasını desteklemek.
- KOBİ’lerin tasarım kültürü kazanmasını ve tasarım hizmeti almasını sağlayan çalışmalar yapmak (kariyer günleri, portfolio günleri).

Stratejik Amaç 5

Mesleki uygulamada belirli standartları oluşturmak

- “Endüstriyel tasarım”ın tanımını yapmak, yanlış anlamaları yok etmek böylelikle talep ediciler için doğru kavramları anlamalarını sağlamak.
- Tasarım koruması (görsel anlatım) hakkında standart format geliştirmek.
- Tasarımcılar için tip sözleşme geliştirmek.
- Tasarım ücretlendirme kriterlerini belirlemek ve mesleği icra ve hizmet standartları oluşturmak.

Stratejik Amaç 6

Mesleki uzmanlığı güçlendirmek

- Üyelere mesleki bilgilendirme yapmak.

- Kaynakça yapmak, veri tabanları üretmek.
- Hakemli dergi çıkarmak.

Stratejik Amaç 7

ETMK'yi ve amaçlarını tanıtmak

- Tasarıma ilişkin ETMK yayın politikası geliştirmek.
- Tanıtım broşürü basmak.
- Derneği tanıtıcı standart sunuşlar yapmak.
- İletişim teknolojileri kullanmak suretiyle geniş topluluklara ulaşmak.
- Promosyon ürünleri yapmak.
- Web sitesini tanıtım amaçlı kullanmak.
- Halka ve sanayiye açık bölümleri olan elektronik forum oluşturmak.
- Endüstriye, üyelere ve tasarımcılara yönelik e-bülten çıkarmak.
- Paydaşların web sayfalarına karşılıklı link konmasını sağlamak.
- Tasarım günü yapmak – ETMK' nın kuruluş günü.
- Dünya tasarım gününde (27 Haziran) etkinlik yapmak.

Stratejik Amaç 8

Çocuk ve gençlerin tasarım konusunda bilinçlenmelerini sağlamak

- Okul öncesi, ilk ve orta öğretimde tasarım kültürünü geliştirmek.
- Tasarım ve teknoloji öğretmenlerine erişmek
- Öğretim elemanlarını ve endüstriyel tasarım öğrencilerini ETMK konusunda bilgilendirmek.

ÖRGÜTLENME STRATEJİSİ

Etkili Faaliyet için Güçlü Örgütlenme

Stratejik Amaç 1

Üyeler ve birimler arasında iletişim kanallarını çoğaltmak

- Üyelerle düzenli yüz yüze toplantılar yapmak.
 - Yılda en az iki ortak YK'lar toplantısı
 - Genel kurul olmayan yıllarda yılda en az bir genel üye toplantısı.
 - Üyeler için sosyal faaliyetler düzenlenmesi (yeni yıl partisi, tasarımcılar günü)
 - Sivil toplum çalıştayları
- Elektronik tartışma listesinin kurumsallaşması.
 - Konu bazlı forumlar kurulması
- Danışma kurullarının yaygınlaştırılması. (iyi tasarım tasarım marka ve ödülleri danışma kurulu, web sitesi danışma kurulu)
- Web sitesinin üyelere özel bölümü
- Bülten
- Üyelerle ilişkilerde bilişim teknolojilerini kullanmak (Youtube, Skype, Facebook)

Stratejik Amaç 2

Yönetim Kurulunun karar alma kapasitesinin etkinliğini ve verimliliğini geliştirmek

- Yönetim Kurullarının çalışma modelini kurgulamak
- Dönüşümlü Yönetim Kurulu sözcüsü
- YK üyeleri arasında görev paylaşımı
- YK'ların iletişim politikası oluşturması, bir iletişim sorumlusu ataması ve dernek içinde bir iletişim grubu kurması

Stratejik Amaç 3

Seffalık

- YK gündeminin önceden üyelerle paylaşılması.
- Kararların elektronik formatta kaydedilmesi.
- Üyelerle Yönetim Kurulu kararlarının paylaşılması.
- Yönetim Kurulu kararlarının gerekçeli olarak kaydedilmesi
- Bütçenin 6 ayda bir açıklanması

Stratejik Amaç 4

Stratejik planlamaya dayalı bir örgütlenme modeli benimsemek

- 4 yıllık stratejik plan
- Ekim 2006 – Aralık 2007 – Stratejik plan çalışması
- Nisan 2008 – Stratejik planın Genel Kurulda sunulması
- Nisan 2008 – Nisan 2012 Stratejik planın uygulanması
- Nisan 2010 – Stratejik Planın ara değerlendirmesi ve revizyonu
- Haziran 2011 – Örgütsel güç özdeğerlendirmesi (Organisational Strength Self Assessment, OSSA)
- Eylül 2011 – Stratejik Planın genel değerlendirmesi
- Eylül 2011 – Mart 2012- Yeni stratejik planın yapılması
- Nisan 2012'de yeni stratejik planın uygulamaya başlanması

Stratejik Amaç 5

Sürdürülebilir gelir sağlanabilmesi için bir mali yönetim politikası geliştirmek

- İleriye yönelik mali program yapılması
- Gelirlerin çeşitlendirilmesi
- Meslek kuruluşuna gelir sağlayacak hizmet mekanizmaları kurma (prototip, bilgisayar kursu gibi)
- Örgüte gelir getirici projeler yapılması
- Üyelik aidatlarının düzenli alınması ve birikmiş borçlar için sistematik bir yöntem geliştirilmesi
- Üyelik için mali kolaylıklar sağlamak (giriş ve yıllık aidatın taksitlendirilmesi).
- Bağış ve sponsorluk bulunması için program hazırlanması
- Kamu yararına dernek statüsüne başvurulması

- Genel Merkez ve İstanbul Şubesi arasında faaliyet planı ve bütçe hakkındaki kararların ortak alınmasını ve bir bütün halinde hareket edilmesini sağlamak.

Stratejik Amaç 6

Üyelerle dernek arasında sinerji yaratmak

- Üye eğitimleri (STK kapasitesi)
- İletişimin (yüz yüze) artırılması.
- Mesleki eğitimin artırılması (program, yazılım).
- Etkin üye tanıtımı yapmak
- Üyelerle temaslarda bulunmak.
- Üye memnuniyeti için ölçüm ve değerlendirme yapmak
- Üye tatminini artırmak

Stratejik Amaç 7

Üyelerin kararlara ve etkinliklere katılımını sağlamak

- Çalışma grupları ve komiteler oluşturmak.
- Üyeleri karar süreçlerine katarak sahiplenmelerini sağlamak.
- Mesleki konularda komisyonlar oluşturarak üyelerin bir arada çalışmasını sağlamak
- Genel üye bilgi formu hazırlamak (demografik bilgi ve ilgi alanları)

Stratejik Amaç 8

Üye sayısının ve çeşitliğinin artırılması

- Üye profilini çeşitlendirmek için azınlıkta olan topluluklara ulaşmak: Öncelikli gruplar: İTÜ, Yeditepe ve Anadolu Üniversitesi mezunları ve genc tasarımcılar
- Üniversitelerde okuyan ve yeni mezun tasarımcılara derneği tanıtmak ve üye yapmak,
- Halihazırda endüstride çalışan deneyimli, tanınmış ve profesyonel tasarımcıları derneğe üye olmaya teşvik etmek.
- Bölümlerini dereceyle bitiren endüstriyel tasarım öğrencilerini ödüllendirmek
- Yeni mezun olan öğrencileri kutlamak

Stratejik Amaç 9

Yönerge ve yönetmelik geliştirme çalışmalarının yapılması

- Organogram
- Tüm organların Görev Tanımları (ToR)
- Medya Rehber İlkeleri
- Toplantı Usulleri
- Web Sitesi içerik denetleme ve güncelleme usulleri
- Projeler Rehber İlkeleri
- Şikayet Usulleri
- Çalışanlara ilişkin usuller
- İletişim usulleri
- Yönetim ve İdare
- Mali idare

- İzleme ve Değerlendirme
- Raporlama
- Üye kabul yönetmeliği
- Yayın ilkeleri geliştirme
- Yarışma yönetmeliği
- Tip sözleşme ve ücretlendirme esasları

Stratejik Amaç 10

Örgütün lobi faaliyeti yapabilecek alt yapı kazanmasını sağlamak.

- Örgüt içinde lobi grubu oluşturmak
- Lobi grubuna lobi eğitimi aldirmek
- Medya grubu oluşturmak

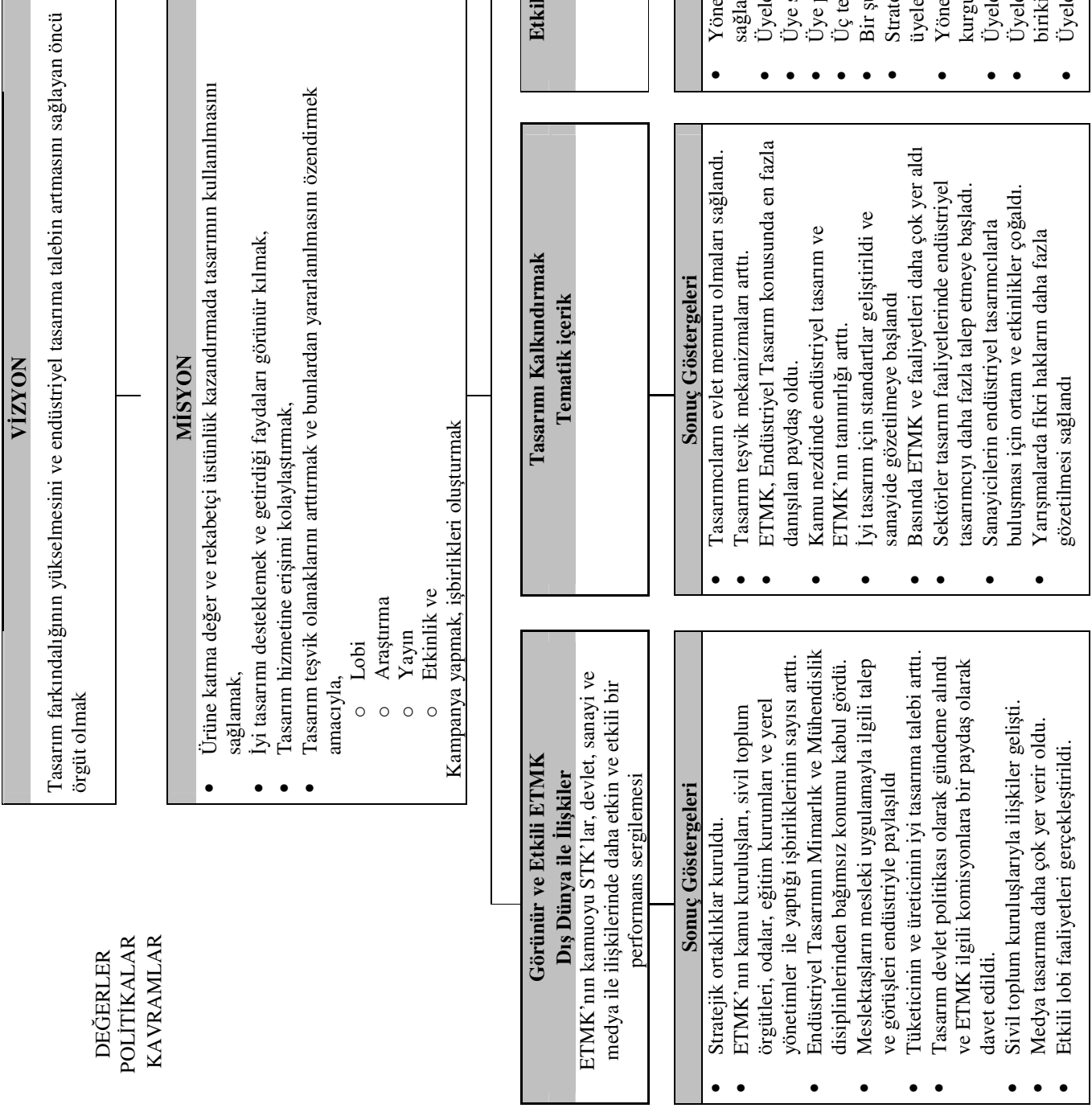
Stratejik Amaç 11

Bölgesel temsiliyete yönelik örgütlenme alt yapısı kurmak

- Ankara'da şube kurmak
- İzmir, Eskişehir ve Bursa'da temsilcilik kurmak
- Diğer stratejik illerde bir ETMK irtibat kişisi bulundurmak (Konya, Kayseri, Gaziantep, Akdeniz Bölgesi, Denizli, Kütahya, Kocaeli, Tekirdağ, Manisa, Trabzon, Ordu)

DEĞERLER
POLİTİKALAR
KAVRAMLAR

ÇALIŞMA İLKELELERİ
YETKİLER
STRATEJİK ORTAKLAR



- ETKM etkinliklerini izleyici oranı arttı
- ETKM etkinliklerine katılım oranı arttı.
- Uluslararası ilişkilerin sayısı arttı.

- Endüstriyel tasarım konusunda daha fazla yarışmanın ETKM onaylı olması sağlandı.
- Stratejik ortaklarla projeler yapıldı.
- Endüstriyel tasarım kavramının endüstride ve toplumda bilinirliği arttı.
- Mesleki uygulamada kalite standartları gözetilmeye başlandı.
- Mesleki uygulamada ETKM tarafından gözetilen ücret ve sözleşme standartları daha fazla benimsendi
- Genç nesillerin endüstriyel tasarımı daha bilinçle tercih etmeleri sağlandı.
- Yeni mezunların ETKM'ya katılımı arttı.
- En az bir toplumsal sorumluluk projesi yapıldı

- tanıtımları sağlandı.
- Yönetim kurullarının üyelerle iletişimi güçlendi.
- Üyelerin Yönetim Kurullarında yer alma istekleri arttı.
- Dernek gelirleri çeşitlendirildi.
- Üyelik aidatları düzenli olarak toplandı.
- Kamu yararına dernek statüsü alındı.
- Faaliyetler için gerekli bütçe sağlandı.
- Bağış ve sponsorluklar sağlandı.
- Derneğin mekanı ve çalışanları için bütçe sağlandı.
- Üyelerin birarada çalışma yetenekleri artırıldı.

Anahtar Performans Göstergeleri

- Kurumsal olarak geliştirilen görüşler
- Komisyonlara ve toplantılara katılım
- İyi tasarım ödülleri başvuru sayısı
- İşbirliği yapılan kurumların sayısı
- Stratejik ortaklıklar
- Medyada ETKM ile ilgili haber sayısı
- ETKM etkinliklerine katılım sayısı
- Uluslararası ilişkilerin sayısı

Anahtar Performans Göstergeleri

- Devlet Memurları Kanununda endüstriyel tasarımın yer alması
- Tasarım teşvikleri
- Türkiye Endüstriyel Tasarım Ödüllerine başvuru profili
- Sergiler, yarışmalar
- Fuar ve kongrelere katılım
- Tanıtım broşürü, promosyon ürünleri
- Web sitesi, tartışma forumları, yayınlar
- Medyada yer alma
- Tip sözleşme örnekleri
- Yarışma Şartnamesi örnekleri
- Anketler
- Dış yazışmalar
- İyi tasarım ölçütleri
- İstihdam edilen tasarımcı sayısı
- Gerçekleşen proje sayısı
- Mesleği icra ve hizmet standartları
- Yeni mezun üye sayısı

Anahtar Performans Göstergeleri

- Web sitesi, tartışma forumları
- Yönetim Kurulları ortak toplantıları
- Genel üye toplantılarına katılımcı sayısı
- Sivil toplum çalıştaylarına katılımcı sayısı
- Danışma kurullarına katılımcı sayısı
- Çalışma grupları ve komisyonlarına katılımcı sayısı
- Yönetmelikler, yönergeler
- Üye sayısı
- İç yazışmalar
- Genel üye profile
- Temsilcilikler
- Şubeler
- Stratejik illerde iribat kişileri
- Yönetim Kurulu usulleri, eylem planı
- Genel Kurul
- Bütçe gelir kalemleri
- Üyelik aidatları
- Kamu yararına dernek status
- Bütçenin gider kalemleri
- Bağış ve sponsorluklar
- Dernek çalışanları ve mekanı

İLKELER VE YÖNTEMLER

İLKE ve DEĞERLER	KAVRAMLAR	YETKİLER	STRATEJİK ORTAKLAR
<ul style="list-style-type: none"> • Şeffaflık • Katılımcılık • Örgüt içi demokrasi • Güvenilirlik • Erişilebilirlik • İyi tasarımı savunmak • Tasarımcı haklarına saygı • İletişime ve diyaloga açık olmak • Eşitlik • Bağımsız ve tarafsız olmak • Sürdürülebilirlik • Topluma ve kullanıcıya karşı sorumlu olmak • Yapıcı olmak • Üye odaklı olmak • İşbirliğine açık olmak • Değişime açık olmak • Çıkar çatışmasından kaçınmak • Dayanışma • Merkeziyetçi olmadan; bütün halinde hareket etme • Düzenli yönetim 	<ul style="list-style-type: none"> • Girişimci • Aktif • Üretken • Eşgüdüm 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proje Yönetimi 2. Toplantı Kolaylaştırıcıları 3. Muhasebe ve mali idare 4. Strateji Geliştirme 5. Örgütsel Gelişim 6. Lobi ve Diyalog 7. Yayınlar 8. Web Tasarım ve Yönetimi 9. Medya İlişkileri 10. Hukuki Sorunlar 11. Raporlama, Değerlendirme ve İzleme 12. Çatışma Çözümü 13. Politika Geliştirme 	<ul style="list-style-type: none"> • TİM • DTM • TOBB

NIÇİN, NE VE NASIL

POLİTİKALAR	ÇALIŞMA İLKE VE YÖNTEMLERİ	
<ol style="list-style-type: none">1. Üyelik İlke ve politikaları2. Çalışanlara yönelik politikalar3. Ortaklık politikaları4. Fonlar ve Finansal Politikalar5. Gönüllü Çalışanlar6. Medya ve İletişim7. Yarışma politikası8. Tıp sözleşme ve ücretlendirme politikası9. Mesleği icra ve hizmet politikası	<ol style="list-style-type: none">1. Organogram2. Tüm organların Görev Tanımları (ToR)3. Medya Rehber İlkeleri4. Toplantı Usulleri5. Web Sitesi içerik denetleme ve güncelleme usulleri6. Projeler Rehber İlkeleri7. Şikayet Usulleri8. Çalışanlara ilişkin usuller9. İletişim usulleri10. Yönetim ve İdare11. Mali idare12. İzleme ve Değerlendirme13. Raporlama14. Üye kabul yönetmeliği15. Yayın ilkeleri geliştirme16. Bağış ve sponsorluk kabul etme usulleri	