



UYGULAMALI BİLİMLER YÜKSEKOKULU AYLIK BÜLTENİ

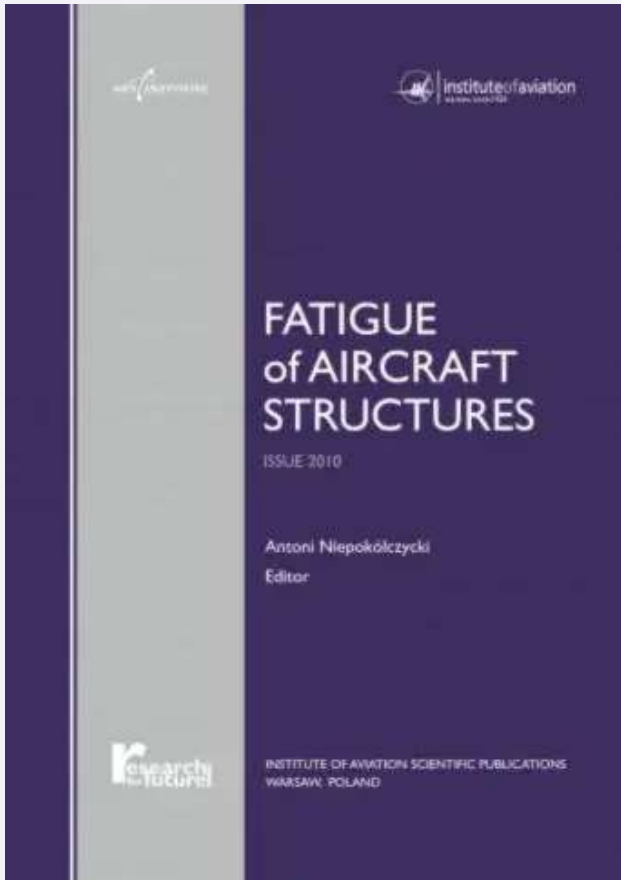
Uygulamalı Gelişim, Hayatındaki Değişim

Akademik Makaleler

“The Fractographic Investigation of an Aeroengine Accessory Gearbox Quill Shaft” İsimli Çalışma *Fatigue of Aircraft Structures* Dergisinde Yayınlandı

Uçak Bakım ve Onarım Bölümü Bölüm Başkanı Dr. Öğr. Üyesi Tamer Saraçyakupoğlu'nun, “The Fractographic Investigation of an Aeroengine Accessory Gearbox Quill Shaft” isimli çalışması *Fatigue of Aircraft Structures* Dergisinde yayınlandı.

Çalışmada, tüy şaftının kırılması analiz edilmektedir. Makalede incelenen konuya göre şu aşamalar ele alınmıştır; Çift motorlu bir eğitim uçağı olayıyla ilgili bir soruşturma bildirilmiştir. Olay, doğru elektrik jeneratörünün devre dışı kalması ve yağ basıncının düşük olması nedeniyle meydana gelmektedir. Uyarılara ve sonraki olaya dayalı ana arıza belirlenmiştir. Arıza, J85 turbojet motorun yardımcı tahrik dişli kutusu (ADG) ve Giriş Tahrik Düzeneği (IDA) üzerindeki tüy şaftının yorulma kırılmasını içermektedir. Kırığın, ADG ve IDA'yı birbirine bağlayan tüy şaftını etkileyen burulma yüklerinden kaynaklandığı belirlenmiştir. Üreticinin sistem koruma parçası olarak tasarladığı sınır değerleri aşan yükler nedeniyle tüy şaftı kırılmıştır. Ana arıza başarıyla tespit edilmiş olmasına rağmen, kırığın tetikleyici nedenine ulaşılmasıyla ilgili daha fazla analiz yapılmıştır. Ayrıntılı fraktografik ve metalografik çalışmalarla, kırığın temel nedeni, tüy şaftının tahrik birimi olarak ADG ile sürücü birim olarak IDA arasında yanlış hizalanması olarak belirlenmiştir.



Makalenin tamamına ilgili linkten ulaşabilirsiniz:
<http://acikerisim.gelisim.edu.tr/xmlui/handle/11363/2769#sthash.bDk1LLZL.dpbs>

Akademik Makaleler

"The Impact of a Sustainable Muslim Model on Community Development with Special Reference to Religious Tourism" İsimli Çalışma International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage'de Yayınlandı

İngilizce Mütercim ve Tercümanlık Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Tariq Hassan Mahmoud Elhadary'nin söz konusu çalışması International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage'nin Nisan 2021 tarihli 1. sayısında yayınlandı.

Çalışma, inanç turizminde sürdürülebilirliği tartışmayı amaçlamaktadır. Dr. Öğr. Üyesi Tariq Hassan Mahmoud Elhadary, inanç turizminde topluluk gelişiminin formalize edilmesi için kullandığı "Sustainable Muslim Model'in (SMM)", inanç turizminin sürdürülebilirliğine katkısı olacağını ortaya koymuştur. Çalışmanın sonuçları arasında SMM modelinin hem Müslüman hem de Müslüman olmayanlara uygulanabileceği yer almaktadır.

IJRTP

Makalenin tamamına ilgili linkten ulaşabilirsiniz:
<https://arrow.tudublin.ie/ijrtp/vol9/iss1/2/>

Akademik Makaleler

"Pandemi Sonrası Oluşan VUCA Ortamının Çalışan İnsan Kaynakları Kaygı Düzeyi ve Verimliliği Üzerine Etkisi" İsimli Çalışma Uluslararası Yönetim Bilimleri Dergisinde Yayınlandı

Havacılık Yönetimi Bölümü Bölüm Başkanı Doç. Dr. Sezer Cihan Günaydın, Arel Üniversitesi Öğr. Üyesi Prof. Dr. Ali Akdemir ve Araştırmacı Dr. İbrahim Haşım İnal'ın ortak yazarlığında hazırlanan "Pandemi Sonrası Oluşan VUCA Ortamının Çalışan İnsan Kaynakları Kaygı Düzeyi ve Verimliliği Üzerine Etkisi" isimli çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Yönetim Bilimleri Dergisinde yayınlandı.

Araştırmanın amacı, VUCA ortamının, insan kaynakları verimliliği üzerine etkisinde kaygı düzeyinin aracı rolünü incelemektir. VUCA, ilk olarak 1987'de kullanılan ve Warren Bennis ve Burt Nanus'un liderlik teorilerine dayanan bir kısaltma olup, değişkenlik, belirsizlik, karmaşıklık ve muğlaklık anlamına gelmektedir. Araştırmaya ait veriler, yapılandırılmış anket tekniği kullanılarak aktif olarak bir işletmede çalışmakta olan ve rassal olarak seçilen 627 çalışandan elde edilmiştir. Araştırma sonucunda, VUCA ile kaygı düzeyi arasında pozitif yönlü, kaygı düzeyi ve verimlilik arasında negatif yönlü ve yine VUCA ile verimlilik arasında da negatif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonucunda ise kaygı düzeyinin VUCA ile verimlilik ilişkisinde tam aracılık etkisi bulunduğu gözlemlenmiştir. Bu sonuca göre VUCA'nın verimlilik üzerindeki negatif etkisinin nedeninin kişilerin kaygı düzeyinin artması olduğu söylenebilmektedir.

Cilt 18 • Sayı 36 • 2020 / Vol: 18 • No:36 • 2020

Yönetim Bilimleri Dergisi

Journal of Administrative Sciences

- 1. İnsan Kaynakları Yönetimi ve Organizasyon
- 2. İşletme ve Organizasyon
- 3. İşletme ve Organizasyon
- 4. İşletme ve Organizasyon
- 5. İşletme ve Organizasyon
- 6. İşletme ve Organizasyon
- 7. İşletme ve Organizasyon
- 8. İşletme ve Organizasyon
- 9. İşletme ve Organizasyon
- 10. İşletme ve Organizasyon

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ

YÖNETİM BİLİMLERİ DERGİSİ

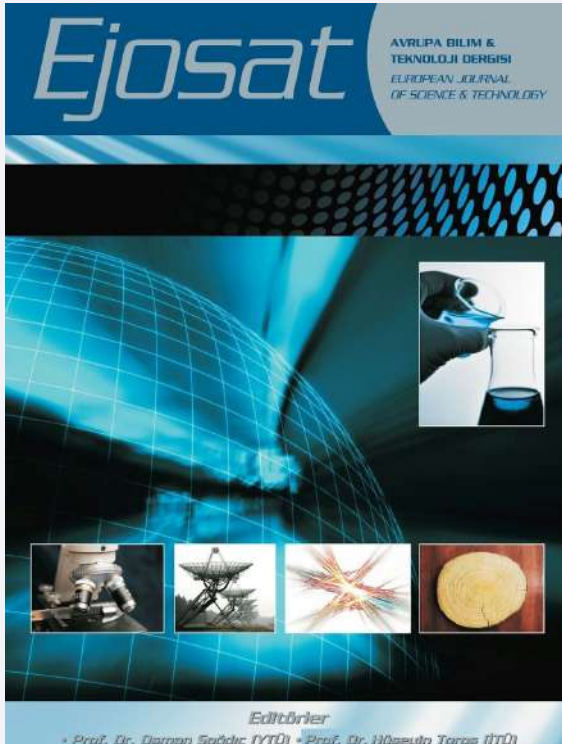
Makalenin tamamına ilgili linkten ulaşabilirsiniz:
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/comuybd/issue/61353/769685>

Akademik Makaleler

"Bir İnsansız Hava Aracının İtki ve Manevra Hareketlerinde Gövde İçi Basıncılı Hava Kullanımı" İsimli Çalışma Avrupa Bilim Ve Teknoloji Dergisi'nde Yayınlandı

Uçak Bakım ve Onarım Bölümü Bölüm Başkanı Dr. Öğr. Üyesi Tamer Saraçyakupoğlu, Arş. Gör. Heyzem Doğukan Delibaş ve Arş. Gör. Ahmet Devlet Özçelik'in ortak yazarlığında hazırlanan "Bir İnsansız Hava Aracının İtki ve Manevra Hareketlerinde Gövde İçi Basıncılı Hava Kullanımı" isimli çalışma Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi'nde yayınlandı.

Çalışmada, bir İnsansız Hava Aracı (UAV) üzerinde itki sistemi olarak basınçlandırılmış havanın kullanımı sayısal determinasyon yöntemi ile ortaya konmaktadır. Tasarlanan İHA üzerinde yunuslama, yatış ve sapma hareketleri her bir kumanda yüzeyi üzerinde yerleştirilen lüle (nozzle) vasıtasıyla sağlanmasının amaçlandığı çalışmada, bir fırlatıcı sistem ile ilk hareketinin sağlandığı İHA irtifa, istikamet ve sürat bilgilerini gerçek zamanlı olarak yer istasyonuna aktaracağı belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada, yol noktaları İHA yerdeyken bir veri seti olarak girilebileceği gibi, uçuş esnasında da yeniden programlama yapılabileceği, herhangi bir arıza ya da bağlantı kopması durumunda İHA'nın kalkış yaptığı istasyona geri döneceğine yönelik tespitler yapılmıştır. Çalışmanın sonunda, mevcut imkânlarla söz konusu İHA'nın üretilebilirliği ortaya konarak sessizlik, enerji tasarrufu gibi konularda fayda sağladığı belirlenmiştir.

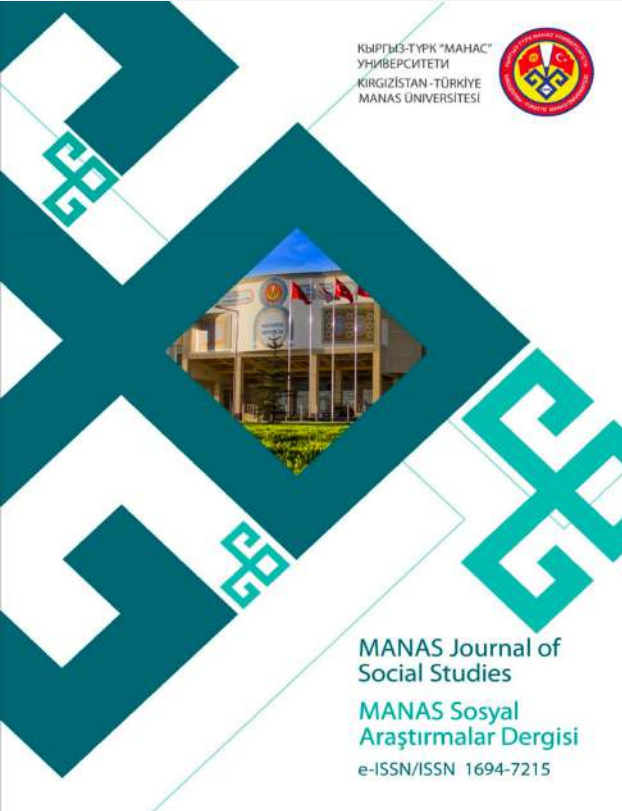


Makalenin tamamına ilgili linkten ulaşabilirsiniz:
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ejosat/issue/60926/898449>

Akademik Makaleler

"Medya Sektöründe Marka Mimarisi: Netflix Örneği" İsimli Çalışma Uluslararası MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi'nde Yayınlandı

Lojistik Yönetimi Bölümü Arş. Gör. Onur Türker, Dr. Öğr. Üyesi Parisa Alizadehfanaeloo ve Dr. Öğr. Üyesi Hacer Handan Demir'in ortak yazarlar olarak yer aldıkları söz konusu makale, Uluslararası MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi'nin Nisan 2021 tarihli 2. sayısında yayınlandı.



Netflix ana markası ve Netflix'in alt markaları olan Netflix dizileri arasındaki farklılıkların marka mimarisi özellikleri açısından ortaya konulmasını amaçlayan çalışmada, İstanbul ilinde Netflix yayınlarını izleyen 300 kişiye anket yöntemiyle alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda Netflix ve alt markaları arasında marka mimarisi özelliklerine göre yapılan çeşitli belirlemelerle birlikte, cinsiyet ve meslek grupları arasındaki farklılıkların ne şekilde ortaya çıktığı ve nasıl oluştuğu da tespit edilmiştir.

Makalenin tamamına ilgili linkten ulaşabilirsiniz:
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/mjss/issue/61382/846541>

Akademik Kitaplar

"2008 Krizi Sonrası Türkiye'de Döviz Kurunu Etkileyen Seçilmiş Değişkenlerin Yapısal Kırılmalı Analizi" İsimli Kitap Bölümü Yayınlandı

Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü' Dr. Öğr. Üyesi Ali Çelik ve Arş. Gör. Nuran Akdağ'ın "2008 Krizi Sonrası Türkiye'de Döviz Kurunu Etkileyen Seçilmiş Değişkenlerin Yapısal Kırılmalı Analizi" isimli kitap bölümü İktisadi, Mali ve Finansal Uygulamaların Ampirik Sonuçları Cilt 2- Maliye ve Finans Uygulamaları kitabında yayınlandı.

Dr. Öğr. Üyesi Ali Çelik ve Arş. Gör. Nuran Akdağ'ın yapmış olduğu çalışmada, Türkiye'de kısa vadeli dış borç stoku, faiz oranı, toplam rezervler ve imalat sanayi kapasite kullanım oranının döviz kuru üzerindeki olası etkileri 2008:01 ile 2020:11 tarihleri arasındaki aylık veriler kullanılarak yapısal kırılmalı test yöntemleriyle incelenmiştir.



Kongreler

Dr. Öğr. Üyesi Canan Tiftik 7. Uluslararası Yönetim ve Sosyal Bilimler Kongresi'ne Katıldı

Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Canan Tiftik, 19-21 Mayıs 2021 tarihleri arasında online (çevrimiçi) gerçekleştirilen 7. Uluslararası Yönetim ve Sosyal Bilimler Kongresine (UYSAD) "İşletmelerde Kalite Yönetimi ile İşgücü Rekabetinin İlişkisi" başlıklı çalışması ile katıldı.

Çağdaş yönetim yaklaşımı unsurlarından biri olan kalite yönetiminin, işgücü rekabeti ile ilişkisinin işletmeler ekseninde incelenmesinin amaçlandığı çalışmada, kalite yönetimi olgusu ve işletmelerde kalite yönetimi ile işgücü rekabeti arasındaki ilişki, çağdaş yönetim teorileri bağlamında incelenmiştir. Çalışmada yapılan incelemeler neticesinde; çağdaş yönetim teorileri ekseninde tüm yöneticilerin, kaliteyi göz önünde bulundurarak, belirli bir zaman dilimi içerisinde olumlu bir girdi-çıkıtı oranı elde etmelerinin doğru ve uygun bir işgücü ile mümkün olabileceği sonuçlarına ulaşılmıştır.



Kongreler

Dr. Öğr. Üyesi Özge Turhan ve Dr. Öğr. Üyesi Canan Tiftik 3. Uluslararası Multidisipliner Sosyal Bilimler Kongresi'ne Katıldı

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Özge Turhan ve Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Canan Tiftik "İnsan Kaynakları Yönetimi Alanında Bilgi İletişim Teknolojileri Yenilikleri" isimli çalışmalarıyla 4-6 Mayıs Tarihlerinde gerçekleştirilen 3. Uluslararası Multidisipliner Sosyal Bilimler Kongresi'ne Katıldılar.

Araştırmaları dahilinde iletişim teknolojileri ve insan kaynakları yönetiminin örgütsel yeniliklerini analiz etmişlerdir. Bilgi iletişim teknolojileri temelli yeniliklerin insan kaynakları yönetimi alanında hem olumlu hem de olumsuz uygulama sonuçlarının literatürde raporlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca literatür bulguları, olumlu ve olumsuz etkiler olmak üzere iki başlık altında tartışılmış, değerlendirilmiş ve sentezlenmiştir.



Kongreler

UBYO'lu Akademisyenler 5. Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi'ne Katıldı

Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Bilge Turp Gölbaşı, Dr. Öğr. Üyesi Hande Ayhan Gökcek ile Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Sema Mercanoğlu Erin, 19-21 Nisan 2021 tarihleri arasında "E-Ticaret Ödeme Yöntemleri Kapsamında Tüketici Davranışlarına Yönelik Bir İnceleme" isimli araştırmalarıyla 5.Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi'ne katıldılar.

Online alışverişte mevcut olan ödeme sistemlerini açıklamayı ve tercih edilen ödeme yöntemleri kapsamında tüketici davranışlarını incelemeyi amaçlayan çalışmada daha az çaba gerektiren ödeme yöntemlerinin e-ticaret işlemlerinde daha sık kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan incelemeye göre, en çok kullanılan ödeme yöntemlerinden ilk üçünün sırasıyla kredi kartı, kapıda ödeme ve elektronik fon transferi (EFT-Havale) olduğu belirlenmiştir. Ayrıca araştırma neticesinde kullanıcının ödeme yöntemlerine olan güven oranında artış sağlandığında ödeme miktarının da daha yüksek tutulduğu sonucuna ulaşılmıştır.



Kongreler

UBYO'lu Akademisyenler 3. Uluslararası Multidisipliner Sosyal Bilimler Kongresi'ne Katıldı

Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Sema Mercanoğlu Erin, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Bilge Turp Gölbaşı ve Dr. Öğr. Üyesi Hande Ayhan Gökcek, 4-6 Mayıs 2021 tarihleri arasında "Covid-19 Pandemi Dönemi E-ticaret ve Tüketim Alışkanlıklarına Karşılaştırmalı Bir Bakış" başlıklı ortak araştırmalarıyla 3. Uluslararası Multidisipliner Sosyal Bilimler Kongresi'ne katıldılar.

E- Ticaret ve tüketim alışkanlıkları konusu üzerine gerçekleştirilen araştırmada, elde edilen bulgular neticesinde, pandemi döneminde tüketici davranışlarının değişimi ile birlikte e-ticaretin yeniden şekillenmesi sürecine vurgu yapılmıştır. Çalışmada 2020 yılında genel ticaret hacminin 2019 yılına göre 2 milyar TL azalmış olmasına rağmen, e-ticaretin toplam ticaret pazarı içerisinde aldığı payın 10 milyar TL arttığı sonucuna ulaşılmıştır.



Kongreler

Dr. Öğr. Üyesi Dursun Boz Uluslararası Marmara Sosyal Bilimler Kongresi'ne Katıldı

UBYO Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Dursun Boz, 21-22 Mayıs 2021 tarihlerinde düzenlenen Uluslararası Marmara Sosyal Bilimler Kongresi'ne "Yetenek Yönetiminin İş ve İş Performansına Etkisi" başlıklı çalışması ile katıldı.

Yetenek yönetiminin iş ve işletme performansı üzerindeki etkisinin ölçülmesinin hedeflendiği çalışmada, gerekli verileri elde etme amacıyla Kütahya ili Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren iki ayrı otomotiv sektörü işletmesinde toplamda 274 beyaz ve mavi yakalı çalışana gönüllü olarak ulaşılan örneklem üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda, yetenek yönetiminin iş performansı ile pozitif yönde anlamlı bir ilişkisi olduğu belirlenmiştir.



Kongreler

Dr. Öğr. Üyesi Dursun Boz, Prof. Dr. Cengiz Duran İle Birlikte Gerçekleştirdiği Çalışmasıyla Uluslararası Marmara Sosyal Bilimler Kongresi'ne Katıldı

UBYO Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Dursun Boz ve Dumlupınar Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Prof. Dr. Cengiz Duran, 21-22 Mayıs 2021 tarihlerinde gerçekleştirilen Uluslararası Marmara Sosyal Bilimler Kongresi'ne "Kurumsallaşmanın İş ve İşletme Performansına Etkisi" başlıklı çalışmaları ile katıldılar.

Çalışmada, organizasyonel süreçte performansı etkileyerek hem iş hem de iş hedeflerine ulaşmadaki baskın rolü belirleyebilmek için Eskişehir'de faaliyet gösteren 8 kurumsal işletmenin gönüllü 310 çalışanına erişilerek bir araştırma gerçekleştirmiştir. Yapılan regresyon analizi bulgularında kurumsallaşmanın işletme performansını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.



Kongreler

Arş. Gör. Türkan Öykü Büyükçelikok ve Arş. Gör. Nevra Üçler 4. Kültürel Bilişim, İletişim ve Medya Çalışmaları Konferansı'na Katıldı

Yeni Medya ve İletişim Bölümü Arş. Gör. Türkan Öykü Büyükçelikok ve Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Arş. Gör. Nevra Üçler, 20-21 Mayıs 2021 tarihlerinde online (çevrimiçi) gerçekleştirilen 4. Kültürel Bilişim, İletişim ve Medya Çalışmaları Konferansı'na "Türkiye'nin İstanbul Sözleşmesi'nden Çekilmesi Kararının Dünya Basınında Yansımalarının İnsan ve Kadın Hakları Yönünden Ülke İtibarına Etkisi Üzerine Bir İnceleme" başlıklı çalışmaları ile katıldı.

Türkiye'nin İstanbul Sözleşmesi'nden çekilme kararının yabancı basın organlarında haber olarak yer almasıyla birlikte Türkiye ile ilgili insan ve kadın hakları konusunda dünya basınında oluşan itibar algısının ortaya konulması amaçlandığı çalışmada, alexa.com aracılığıyla elde edilen liste temel alınmış ve bu listede bulunan 102 web sitesi arasında dünya çapında yayın yapan 28 haber sitesinin resmî web sayfası incelenmiştir. Çalışmada yapılan bu incelemeler neticesinde 28 haber sitesi içerisinde 18 tanesinde amaca uygun haber içeriği bulunduğu tespit edilmiştir. İçerik analiz yönteminin tercih edildiği çalışmada, Türkiye'nin İstanbul Sözleşmesi'nden çekilmesi ya da ayrılması ile ilgili haber üretimi gerçekleştirmiş 18 yabancı basın organında, 20-25 Mart 2021 tarihleri arasında yayınlanmış olan haberler, ülke itibarı ve itibar yönetimi çerçevesinde değerlendirilmiştir. Gerçekleştirilen araştırma neticesinde dünya basınında Türkiye'nin İstanbul Sözleşmesi'nden çekilmesi kararının, Türkiye'deki insan ve kadın haklarına yönelik kötü bir gelişme olarak kabul edildiği ve Türkiye'nin bahsi geçen konularla ilgili dünyadaki itibarının olumsuz yönde etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.



Kongreler

Arş. Gör. Metehan Özırmak 8. Uluslararası İletişim Günleri/ Dijital Çağda Kriz İletişimi Sempozyumu'na Katıldı

ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
8. ULUSLARARASI
İLETİŞİM GÜNLERİ
DİJİTAL ÇAĞDA
KRİZ İLETİŞİMİ
SEMPOZYUMU
MAY 26-27-28 MAYIS 2021

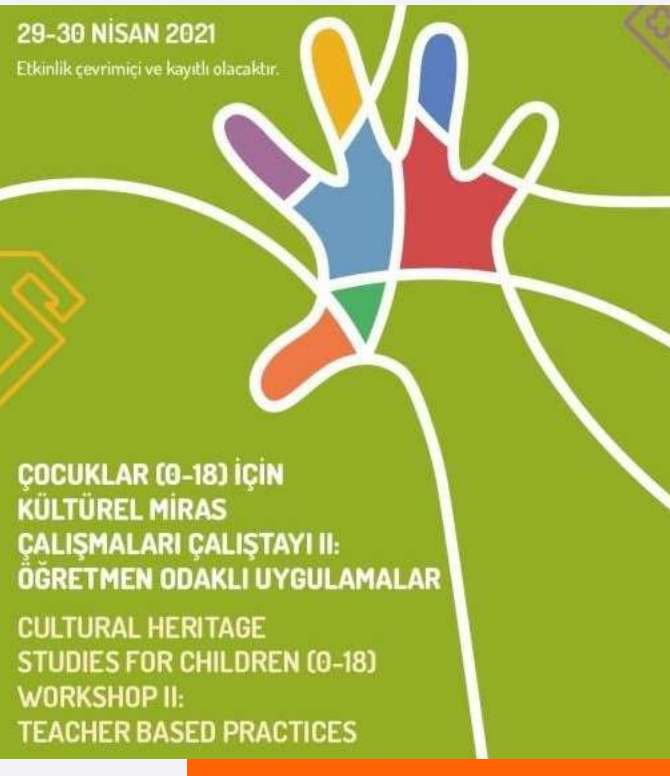
Yeni Medya ve Gazetecilik Bölümü Arş. Gör. Metehan Özırmak, 26-27-28 Mayıs 2021 tarihleri arasında online (çevrimiçi) olarak düzenlenen 8. Uluslararası İletişim Günleri / Dijital Çağda Kriz İletişimi Sempozyumu'na "Mutasyona Uğrayan Covid-19 Virüsünün Uluslararası Medyadaki Haber Söylemi" başlıklı çalışması ile katıldı.

Söz konusu çalışmada, mutasyona uğrayan Covid-19 virüsünün uluslararası haber ajanslarında nasıl yer aldığı Teun van Dijk'in söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. Yapılan araştırmada, bu virüse yönelik haberlerin uluslararası düzeydeki tüm haber ajanslarının yaşanan gelişmelere eşit şekilde yaklaşarak profesyonel bir çalışma sergilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Çalıştay

Dr. Öğr. Üyesi İlknur Türkoğlu "Çocuklar için Kültürel Miras Çalışmaları Çalıştayı"na Katıldı

Kültür Varlıklarını Koruma ve Onarım Bölümü Dr. Öğr. Üyesi İlknur Türkoğlu, Koç Üniversitesi, Vehbi Koç Ankara Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi (VEKAM) tarafından, 29-30 Nisan 2021 tarihleri arasında online (çevrimiçi) olarak düzenlenen Çocuklar için Kültürel Miras Çalışmaları Çalıştayı II: Öğretmen Odaklı Uygulamalar Çalıştayı'na "Kültür Mirasını Korumada Katılımcı Koruma Modeli Projesi Kapsamında Üsküdar'da İlköğretim Okullarına Yönelik Kültür Mirası Eğitimi Programı" başlıklı çalışması ile katıldı.



Söz konusu çalışmada, 2010-2011 yılları arasında, Arkeologlar Derneği İstanbul Şubesi tarafından Sivil Toplum Diyalogu – İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Hibe Programı kapsamında yürütülen "Kültür Mirasını Korumada Katılımcı Koruma Modeli Projesi" başlıklı projenin, gençler üzerinde yarattığı etkinin bilim dünyası ile paylaşılması amaçlanmıştır.

Etkinlikler

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencileri Yenilikçi Bulgur Tariflerine İlişkin Eğitim Aldılar

Bulguru dünyaya tanıtmayı kendisine misyon edinmiş bulgur markalarından biri olan Duru Bulgur Gıda Mühendisi Ece Duru, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğrencilerine, 10 Mayıs 2021 tarihinde online (çevrimiçi) olarak eğitim verdi.

Ece Duru tarafından verilen eğitimde, bulgurun tarihçesinden, bulgur ile yapılacak tariflere kadar geniş bilgiler öğrencilere aktarıldı. Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Nevruz Berna Tatlısu eğitim ile ilgili konuşmasında, “sürdürülebilir tarım adına milli besinimiz bulgurun yemeklerde kullanım olanaklarının inovatif tariflerle artırılmasında geleceğin şefleri gastronomi öğrencilerine ihtiyacımız olduğunu ve bu nedenle milli değerlerimiz haline gelen besinlerimizin tariflerdeki kullanım oranlarını arttırmamız için bölüm öğrencilerinin bu eğitimlerle desteklenmesi” gerektiğinin altını çizmiştir.



Etkinlikler

“Pandemide Evde Kal, Hareketsiz Kalma!” Webinarı Gerçekleştirildi!

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Bölüm Başkanı Dr. Öğr. Üyesi Emel Tozlu Öztay önderliğinde, son sınıf öğrencileri Selin İmancı, Umut Kibar, Songül Sanvar, Deniz Gürbey tarafından pandemi döneminde artan hareketsizlik ve kilo problemine dikkat çekmek amacıyla organize edilen webinar, 19 Mayıs 2021 tarihinde gerçekleştirildi.

Pandemi kısıtlamaları nedeniyle düzenli spor aktivitelerinin yapılamaması, hareketsiz yaşam ve sağlıksız beslenmeye bağlı olarak artan kilo problemi webinarın temel konusunu oluşturmaktadır. Diyetisyen Asya Alper ve Kişisel Eğitim Uzmanı Mustafa Keskin'in konuşmacı olarak katıldığı webinarında, “Pandemide Evde Kal, Hareketsiz Kalma!” sloganı ile pandemi döneminde artan hareketsizlik ve kilo problemi hakkında farkındalık yaratılması amaçlanmıştır.

“Etkinliğin medya yansımalarına aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz:

<http://gazeteavcilar.com//haber/939/19-mayis-ataturku-anma-genclik-ve-spor-bayraminda-gelisimlilerden-pandemide-evde-kal-hareketsiz-kalma-projesi.html>

İSTANBUL
GELİŞİM
ÜNİVERSİTESİ

webinar

“Uyru halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümü organize eder”

Pandemide Evde Kal, Hareketsiz Kalma!

Moderatörler

Dr. Öğr. Üyesi
Emel TOZLU ÖZTAY

Selin İmancı
UBYO Halkla İlişkiler ve
Reklamcılık Bölümü Öğrencisi

Katılımcılar

Asya ALPER
Diyetisyen

Mustafa KESKİN
Fitness Eğitmeni

19 Mayıs 2021
Çarşamba
14.00

Google Meet
meet.google.com/kyp-wernp-xjz

Bu çalışma, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü 4. sınıf öğrencileri: Selin İmancı, Umut Kibar, Songül Sanvar, Deniz Gürbey, Umurcan Öztürk tarafından gerçekleştirilmiştir.

gelisim.edu.tr

Etkinlikler

Pandemi Döneminde Artan Kimyasal Atık Sorunu İle İlgili Webinar Gerçekleştirildi

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Bölüm Başkanı Dr. Öğr. Üyesi Emel Tozlu Öztay önderliğinde, son sınıf öğrencileri: 'Gaye Büyükdag, Kübra Eldem, Metin Ayten, Yasemin Şahin' tarafından pandemi döneminde artan kimyasal atık sorununa dikkat çekmek amacıyla organize edilen webinar, 25 Mayıs 2021 tarihinde gerçekleştirildi.

Çevre Mühendisi Mehmet Kaan Kaya, İş Sağlığı ve Güvenliği Uzmanı Erman Değirmenci Moleküler Biyoloji ve Genetik Son Sınıf Öğrencisi Nazlıcan Yüreklî'nin konuşmacı olarak katıldığı webinar, 'Farkında mısınız? Korona insanı, kimyasal atıklar doğayı yok ediyor!' sloganı ile pandemi döneminde artan kimyasal atık sorunu ve kimyasal atıkların yol açtığı çevre kirliliğine farkındalık oluşturulması amaçlanmıştır.

İSTANBUL
GELİŞİM
ÜNİVERSİTESİ

webinar

"ÜBÜD Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Organizasyonudur"

Farkında mısınız?

Korona insanı, kimyasal atıklar doğayı yok ediyor!

Moderatör
Dr. Öğr. Üyesi
Emel TOZLU ÖZTAY
Gaye Büyükdag

Katılımcılar
Mehmet Kaan KAYA
Çevre Mühendisi
Erman DEĞİRMENCI
İş Sağlığı ve Güvenliği Uzmanı
Nazlıcan YÜREKLİ
Moleküler Biyoloji ve Genetik
Son Sınıf Öğrencisi

25 Mayıs 2021
Salı
13.00

Bu çalışma, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü 4. sınıf öğrencileri: 'Gaye Büyükdag, Kübra Eldem, Metin Ayten, Yasemin Şahin' tarafından gerçekleştirilmiştir."

Google Meet
meet.google.com/tikt-fngx-4tc

gelisim.edu.tr

Etkinlikler

"Teknoloji Detoksu İyileştirir!" İsimli Webinar ile Pandemi Sürecinde Teknolojiye Duyulan İhtiyacın Artmasına Dikkat Çekildi!

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Bölüm Başkanı Dr. Öğr. Üyesi Emel Tozlu Öztay önderliğinde, son sınıf öğrencileri Selahattin Vanlıoğlu, Merve Kıyırılı, Sedat Özcan, Mertcan Uysal, Seher Kaya tarafından pandemi döneminde artan teknolojik cihaz kullanımına yönelik tespitlerin yapılması amacıyla organize edilen webinar, 27 Mayıs 2021 tarihinde gerçekleştirildi.

Sosyal Girişimci Tuğba Şengül ve Psikolog Muhammed Cihad Işık'ın konuşmacı olarak katıldığı webinar, "Teknoloji detoksu iyileştirir!" sloganı ile pandemi döneminde artan teknolojik cihaz kullanımı ve teknoloji bağımlılığına yönelik tespitlerin yapılması amaçlanmıştır.

"Etkinliğin medya yansımalarına aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz:

<https://kadikoygazetesi.com/75690-istanbul-gelisim-universitesi-ogrencileri-teknoloji-detoksunda>

İSTANBUL
GELİŞİM
ÜNİVERSİTESİ

webinar

"UBYO Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Organizeyenlerdir"

Teknoloji Detoksu 'İYİ' leştirir!

27 Mayıs 2021 16.00
Perşembe

Moderatörler

Dr. Öğr. Üyesi
Emel TOZLU ÖZTAY

Mertcan UYSAL
İGÜ, Halkla İlişkiler ve
Reklamcılık Bölümü Öğrencisi

Katılımcılar

Tuğba ŞENGÜL
Dijital Denge Derneği Kurucusu

Muhammed Cihad IŞIK
Psikolog

Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü
4. sınıf öğrencileri: "Selahattin Vanlıoğlu,
Merve Kıyırılı, Sedat Özcan, Mertcan
Uysal, Seher Kaya" tarafından
gerçekleştirilmiştir."

Google Meet
meet.google.com/igx-ccqj-oww

gelisim.edu.tr

TV Röportajı

Dr. Öğr. Üyesi İlknur Türkoğlu Osmanlı'nın İlk Kibrit Fabrikasının Satışa Çıkarılmasını NTV Kanalında Yorumladı

Kültür Varlıklarını Koruma ve Onarım Bölümü Bölüm Başkanı Dr. Öğr. Üyesi İlknur Türkoğlu, NTV ekranlarında İstanbul Küçükçekmece'de yer alan ve 19. Yüzyılda II. Abdülhamit döneminde Fransızlar tarafından yapılan Osmanlı'nın ilk kibrit fabrikasının 70 milyon dolara satışa çıkarılmasını değerlendirdi.

Dr. Öğr. Üyesi İlknur Türkoğlu, 1897 yılında üretime başlayan Osmanlı'nın ilk kibrit fabrikası olma özelliğini taşıyan ve 1991 yılında tescillenerek, 1993'de 1. Derece koruma alanı ilan edilen binanın önemli bir kültür ve endüstri mirası olduğunu . Fabrikanın 5 ayrı bloktan oluştuğunu ve 2005 yılında birinci blokta restorasyon çalışmasının yapıldığını söyleyen Türkoğlu, kibrit fabrikasıyla ilgili olarak "Diğer bloklar, hisse sahibi aileler tarafından çeşitli amaçlar için kullanılıyor ama ne yazık ki yeterince korunamıyor. Birinci blok dışından kalan bölümler satışa çıkarılmış. Tüm fabrika alanı bir an önce endüstri mirası olarak kamulaştırılmalıdır. Restore edilmesini ve endüstri mirası kimliğini yansıtacak şekilde düzenlenerek bir kültür merkezi olarak kent kimliğine kazandırılmasını isterim" diyerek görüşlerini ifade etti.

Röportajın tamamına <https://www.youtube.com/watch?v=4NTpMKRkOcY> adresinden ulaşılabilir.



Mezunlarımızdan Haberler

Merhaba! Ben Çiğse Soyel. İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü 2020 yılı mezunuyum.

Öğrenim sürecim boyunca birçok faaliyette bulunarak, hem kendime kattıklarım hem de bölümümün bana kattıklarıyla iş hayatımda başarılar yakaladım. Eğitim hayatım devam ederken aynı zamanda Yemeksepeti'nde çalışmaya başladım. Bu süre içerisinde hem finans biriminde hem de çağrı merkezi süreci içerisinde 3 yıllık bir deneyime sahip oldum ve şimdi terfi alarak farklı bir birimde çalışmaya devam ediyorum. Hem eğitim hayatım devam ederken hem de mezun olduktan sonra bölüm başkanımızın ve bölümde yer alan diğer tüm hocalarımızın desteğini her zaman hissettim. Hiçbir zaman desteklerini benden ve diğer arkadaşarımdan esirgemediler. Ayrıca bölümümüzün sadece bankacılık ve sigortacılık alanlarında değil, bizleri finans alanında da yetiştirdiğini de belirtmek isterim. Bu bölümden mezun olduğum için kendimi şanslı hissediyorum.

Şu an Gelişim Üniversitesi'nde bu bölümü okuyan ve gelecekte finans, banka, sigorta sektöründe yer alacak tüm arkadaşlarımızın şimdiden ne kadar şanslı olduğunu dile getirmek istiyorum. Uygulamalı Bilimler Yüksekokuluna ve Bankacılık ve Sigortacılık Bölümüne bizlere sağladıkları katkılardan dolayı kendim, halen okuyan ve mezun arkadaşlarım adına teşekkür ederim.

Çiğse Soyel- Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü Mezunu



Sektör Söyleşileri

İletişim Danışmanı Ceyda Seçkin:

Halka İlişkiler Sektörü "Eğitim" ile doğru yöne evrilecek...

Sayın Ceyda Seçkin, bize kendinizi tanıtıp, Halkla İlişkiler sektörünü seçmeniz ile ilgili hikayenizi anlatır mısınız?

1977 yılında İstanbul'da doğdum. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü mezunuyum. Aslında benim hikâyem görsel medya ile başladı. Gazetecilik mesleği o yıllarda işe biraz daha erken başlamayı gerektiriyordu, dolayısıyla ben de Üniversite birinci sınıfta çalışmaya başladım.

İlk iş yerim, Show TV ve Kanal D'nin, pek çok iz bırakan programına imza atan "Senkron TV" isimli bir prodüksiyon şirketi idi. "Çok Özel" isimli bir magazin programında muhabir olarak iş hayatıma başladım. Sonrasında Star TV'den teklif aldım, o yıllarda (1998) spor-magazin bir anda oldukça yüksek rating alan trende dönüşmüştü ve her kanalda bir spor magazin programı vardı. Ben de Star TV'de yayınlanan bir programdan iyi bir teklif almıştım ve kabul ettim.

Daha sonra Kanal D ve son olarak da TGRT'de çalıştım. TGRT'de 2000 yılında Avrupa Şampiyonasını sundum, "Telekritik" isimli bir programda editörlük de yapıyordum aynı zamanda "Mehmetçik" isimli bir program sunuyordum.

Programlar çok iyi rating alıyordu ancak Televizyonun bağlı olduğu İhlas Holding ciddi bir krize girdi ve kısa süre içinde şirket satıldı. Bir anda ciddi sayıda basın mensubu işsiz kalmıştık ve ülkede de 2001 krizi başlamış, özellikle basında başka mecralarda da önemli sayıda işten çıkarmalar olmuştu.



Sektör Söyleşileri

Bu durumda sektör değiştirmeye karar verdim, aldığım eğitim gereği ve mesleği de çok sevdiğimden İletişim sektöründe devam etmek istedim.

Klassis GOLF&Country Club ve Kız Kulesi'nin bağlı bulunduğu Holding'in Halkla İlişkiler Müdürü olarak çalışmaya başladığımda, ağırlıklı olarak basın ilişkileri ve organizasyonları yönetiyordum. O yıllarda (2002) ajansların sayısı çok az, ajanslarla çalışan şirketlerin sayısı daha da azdı. Biz tüm Kurumsal İletişim çalışmalarımızı inhouse (kurum içi) bir ekip ile yürütüyorduk. Golf Turnuvaları, konserler, imza günleri, oteldeki tüm organizasyonlar, TV-radyo reklamları, insert çalışmaları ve daha pek çok iş...

Bir süre daha, farklı şirketlerde yani müşteri tarafında çalıştım, Atlasjet'in kuruluşunda Kurumsal İletişim Müdürü olarak görev yaptım, uçak içinde çıkarılan derginin yayın çalışmalarını gerçekleştirdim, kendi şirketimi kurmadan önce Pazarlama Müdürü olarak, Wall Street Institute'un Türkiye genelindeki tüm pazarlama faaliyetlerini yürüttüm ve anladım ki tek bir sektör bana yetmiyor ben daha fazla sektör ile ilgili daha fazla bilgi sahibi olmak ve tüm bunları aynı anda yapmak istiyorum.

Kendi şirketimi kurmaya karar vermiştim ama ne böyle bir birikimim vardı ne müşterim ne de bir işletme yönetmekle ilgili bir tecrübem. Bu fikrimi ilk olarak çalıştığım şirketin CEO'su ile paylaştım, çünkü ona bağlı çalışıyordum, çok yanlış bir zaman olduğunu ekonomik kriz sebebiyle yeni bir iş kurmanın doğru olmadığını ama yine de kararlı olursam destekleyeceğini söyledi. Böylece ilk müşterim hazırды.

İyi bir yerde ofisim olması gerekiyordu, tüm ajanslar Nişantaşı-Zincirlikuyu arasındaki bölgede toplanmıştı. Uzun bir ofis ve isim arayışından sonra C-line (Communication Line) markasına karar vererek Nişantaşı'nda bir ofiste, bir asistanla 2009 yılında şirketi kurdum. Zaman içinde bu ismin çok yanlış olduğuna karar verdik kimse şirketin ismini anlamadığı gibi mail adresimizi telefonda sürekli hecelemeden gerçekten yorulmuştuk. Ceyda Seçkin İletişim Danışmanlığı fikrini ekip arkadaşlarım ilk paylaştığında önce antipatik bulmama rağmen pek çok örneği vardı ve şirketin müşteri tarafındaki yüzü ben olduğumdan doğru olacağına karar verdik.

Sektör Söyleşileri

Şirket kuracak arkadaşlara tavsiyem marka isimlerini her yönüyle çok iyi düşünmeleri gerektiğidir... Çünkü internet sitesinden mail adresine, kartvizitlerden dosyalara kadar tüm kurumsal kimlik unsurlarında isim değiştirmek kolay olmadığı gibi o güne kadar kendiniz için yaptığınız tüm halkla ilişkiler çalışmalarını da sıfırdan başlatmak zorunda kalıyorsunuz.

Geriye yani şirketi ilk kurulduğumuz zamana dönersek, tek bir müşterim vardı o da eski çalıştığım firma! Bir şirket sunumu hazırlayacağız ama içinde anlatacağımız materyalimiz yok! Toplantıya gidiyoruz “daha önce kimlerle çalıştınız?” diye soruyorlar, “yeni kurulduk” diyoruz toplantı kısa süre içinde sona eriyor! Pek çok şirket henüz Reklam Ajansı ile PR Ajansı arasındaki farkı dahi bilmiyor! Asistan arkadaşımız toplantı için randevu almak istediğinde, “bizim reklam ajansımız var teşekkür ederiz...” diyerek telefonu kapatıyorlar!

Tek müşteri ile böyle başlayan bu hikâye, azimle çalışmaya devam etmemizin sonucunda günümüzde güzel bir şekilde devam ediyor! Şu an onlarca şirketle çalışan, pek çok uluslararası fuar ve organizasyonun iletişim çalışmalarını yürüten, konserler, galalar, ürün lansmanları, motivasyon toplantıları, cemiyet davetleri, eğitimler gibi farklı etkinliklere imza atan ve önemli sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştiren bir İletişim Şirketiyiz...



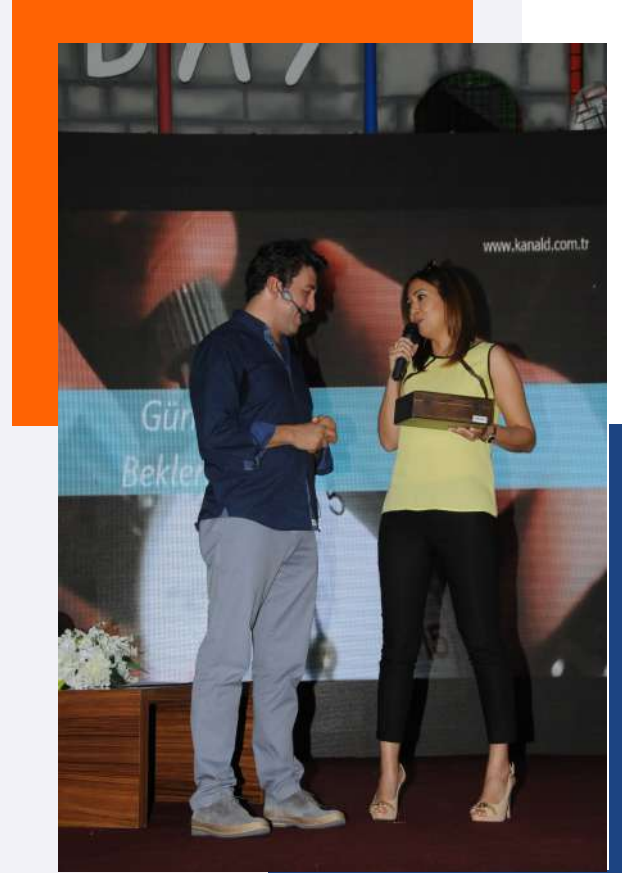
Sektör Söyleşileri

Sayın Seçkin, genç iletişimcilere ve girişimcilere örnek olacak şekilde ve birçok ders niteliğinde deneyimlerinizle kuruluş hikâyeniz gerçekten çok ilgi çekici... Günümüzde yaptığınız çalışmalarınız ve gerçekleştirdiğiniz faaliyetlerden örnekler verebilir misiniz?

Biz aslında “iletişim çalışmaları” çatısı altında itibar yönetiminden medya ilişkilerine, etkinlik ve organizasyonların yönetiminden kurum içi iletişime kadar geniş bir alanda hizmet veriyoruz. Ama çalışmamızın içeriği Türkiye'nin ekonomik dinamikleri gereği hiçbir zaman tek bir marka için bu kadar geniş olamıyor... Markanın amacına, amacını gerçekleştirmek istediği süre ve bütçeye göre kısa ve orta vadeli yol haritaları hazırlıyor ve bu doğrultuda devam ediyoruz.

Örneğin bir AVM firmamız için amaç, özel günlerde içeriye daha fazla müşterinin girmesini sağlayacak etkinlikler olabilirken başka bir firmamız için öncelikli amacımız marka bilinirliği yaratmak olabiliyor.

Örneğin 3 yıldır “Miss Turkey” yarışmasının iletişim çalışmalarını yürütüyoruz. Miss Turkey için ağırlıklı olarak yaptığımız çalışma, kamptan yarışma sonuna ve sonrasında da yurt dışındaki organizasyonlarda basını doğru kullanabilmek... Ancak başka bir firmamız için öncelikli amaç basında yer almak değil çalışanlarının motivasyonunu arttıracak fikirler duymak olabiliyor. Bir yandan Miss Turkey için çalışırken bir yandan da Türkiye'nin ilk yerli yüzen Güneş Enerjisi Santrali Lansmanı yapabiliyoruz. Birlikte çalıştığımız her firma için hedefe yönelik bir iletişim planı hazırlamak ve o plan doğrultusunda hem yaratıcı tarafta hem de sahadaki çalışmaları yürütmek gerekiyor.



Sektör Söyleşileri

Bugüne kadar çok fazla farklı sektörde içerik anlamında da birbiriyle benzeşmeyen çalışmalar yaptık. Bir inşaat firmamız cemiyet daveti yaparken aynı anda bir üniversitede panel yönettik. Ya da Fashion TV Moda Ödülleri için defile organize ederken uluslararası bir züccaciye fuarının iletişimini yürüttük gibi onlarca örnek verebilirim...

Sektörün içerisinden birisi olarak, son dönemde dünyadaki gelişmeleri de göz önüne alarak, sizce Halkla İlişkilerin geleceği nasıl bir yöne evrilecek?

Şöyle ki, ilk kurulduğumuz yıllarda birlikte çalıştığımız firmalar bizden ve genel olarak halkla ilişkiler ajanslarından ağırlıklı olarak sadece basın danışmanlığı istiyorlardı, çünkü mesajlarını sadece reklam yoluyla söylemek hem daha pahalıya mal oluyor hem de marka prestiji açısından yeterli olmuyordu. Görsel ve yazılı medyadaki mecraların sayısı fazla olduğundan, haber olmak söylemlerini prestijli bir yöntemle duyurmalarını sağlıyordu.

Zaman içerisinde medya giderek küçüldü, gazetelerin sayıları azaldı tirajları düştü, dergiler ya kapandı ya da dijitale döndü, televizyonlar bütçelerini programlar yerine dizilere ayırmaya başladı ve bizim birlikte çalıştığımız markaları haber yapacağımız mecralar giderek daha sınırlı hale geldi.

Biz firmalarımızdan bir danışmanlık ücreti alıyoruz, bu ücret yıllık bir sözleşme imzaladıysak aylık ödemelerle olabiliyor... Ya da bir proje kapsamında bir çalışma yaparsak proje bedeli olabiliyor. Sonuç olarak büyük ya da küçük her firma bu bütçeyi bir hedef için ayırıyor. Şu an biz bu hedeflere sadece basın yoluyla ulaşamıyoruz.

Sosyal medyanın geldiği nokta, dijitalin bu denli güçlenmesi bizlerin de çalışma modelini değiştirmesine sebep oldu. Aslında biz bundan on yıl önce de "Influencer Marketing" yani "Hatırlı Pazarlama"nın ne demek olduğunu ve etkisini biliyorduk ama müşterilerimize anlatmakta güçlük çekiyorduk, şu an en küçük işletme dahi "Influencer" ya da "Blogger" kavramlarını öğrendi. Şu an sektör tamamen bu yöne evrilmiş gibi görünse de her hızlı çıkışın bir de inişi olacak, takipçi sayısı belli bir rakama ulaşmış kişilerin bir ürünü paylaşmasıyla tırnak içinde marka olmak sürdürülebilir bir iş değil. Peki bu kişilerin paylaşımları yanlış bir yöntem mi, hayır değil ama tek başına yeterli de değil...

Sektör Söyleşileri

Bizim işimizde “Bütünleşik Pazarlama İletişimi” olmadan başarıdan söz etmek mümkün olamaz! Bütünleşik Pazarlama İletişimi, tüm iletişim ve mesaj türlerini uyum içinde birleştirmeyi gerektirir. Bu çalışma da uzun bir eğitim ve tecrübe süreci olmadan gerçekleştirilemez. Dolayısıyla Halkla İlişkiler sektöründe, biz ajanslar olarak akademik bilgilerimizi anlatmaktan vazgeçmezsek, inanmadığımız işi yapmaz ve dik durmayı başarabilirsek meslek de doğru yöne evrilecek, olması gerektiği gibi olacak...

Her markanın farklı bir hedefi farklı bir kimliği ve farklı söylemleri var. Bu durumda her marka için aynı yöntemin doğru olabilmesi mümkün mü, tabii ki değil! Ekonomik kaygılar sebebiyle ajanslar, yöntemin doğru olmadığını bildiği halde çalıştığı firmaların taleplerini yerine getirip günü kurtarmak zorunda kalabiliyor. Günün sonunda hedefe ulaşmak mümkün olmuyor. Boşa harcanan bütçeler, başarısız projeler (yabancı şirketleri ve belli kurumsal şirketleri dışarıda tutuyorum) sonunda deneme yanılma yöntemiyle de olsa doğrunun bulunmasını sağlayacak. Eğitim ne kadar artarsa bilgi de o kadar artacak, böylece her hedef için o hedefe özel dinamiklerle bir “İletişim Planı” yapılmasının gerekliliği, eğer yapılmazsa başarının mümkün olamayacağı zaman içinde anlaşılacak.

Halkla İlişkiler Türkiye’de henüz anlaşılabilmiş ya da doğru tanımlanabilmiş bir sektör değil. Bana “ne iş yapıyorsunuz?” diye sorduklarında ve “Halkla İlişkiler şirketim var” diye cevap verdiğimde, sonraki soru net olarak “Halkla İlişkiler Ajansı tam olarak ne iş yapar?” sorusudur! Halkla İlişkiler herkesin duyduğu ama henüz tanımını çok az kişinin bildiği bir kavram. Bir restoranda kapıda müşteriyi karşılayan kişiye de Halkla İlişkiler Uzmanı diyoruz, uluslararası bir markanın PR çalışmalarını yürüten kişiye de... Bu sebeple bizim sektörümüzün doğru yöne evrilmesi için daha uzun bir süreye ama en önemlisi de eğitime ihtiyacımız var.



Sektör Söyleşileri

Bütün bu aktardıklarınızla bağlantılı olarak, sektörde yer almak isteyen öğrencilerimize Halkla İlişkilerin dönüşüm ve değişiminde başarıyı yakalayabilmeleri için önerileriniz nelerdir?

Aslında bir önceki soruya cevabımın içinde bu sorunun da büyük ölçüde cevabı var. Sadece eklemek istediğim noktalar olabilir.

Bu işte başarılı olabilmek için, çok sevmek ve bu işin sizi heyecanlandırması gerekir. Bu klasik bir söylem değil. Meslekte 27'inci yılını tamamlayan bir kişi olarak söylüyorum çok çok önemli...En basit bir organizasyonu dahi "nasıl farklı bir hale getirebilirim" diye düşünmekten uykularınız kaçmıyorsa bu sektörde başarılı olmak mümkün değil.

En büyük handikaplardan bir tanesi "bütçeyi ben veriyorum" diyerek kendi yöntemlerini kullanmak isteyen firmalar! Eğer ekonomik kaygılarla inanmadığınız işi yaparsanız günün sonundaki başarısızlık hiçbir zaman firmaya ait olmaz, her zaman size ait olur! Ben en zor zamanlarda dahi inanmadığım hiçbir işi kabul etmedim. Her zaman çalıştığım firmalara doğru yöntemleri anlattım, işi alamadığım da oldu, ancak o iş başarısız olduğunda bir sonraki proje için yine benim ya da benim gibi şirketlerin kapılarını çaldılar.

"Terzi kendi söküğünü dikemez" sözü bizim için de geçerli, çalıştığımız firmaların hedeflerine odaklanırken kendi hedeflerimizi de unutmamalıyız. Nasıl bir şirket olmak istiyoruz? 3 yıl sonra kaç kişilik bir ekibimizin olmasını hayal ediyoruz? Örneğin ben işi çok sevdiğimden ve her aşamasında bulunmak istediğimden hep butik bir şirket olarak kalmak tüm çalıştığım firmalarla ilgilenebilecek kadar büyümek istedim. Bir başka arkadaşım daha geniş bir ekiple daha büyük bir şirket olmak ve kendisi sadece yönetimde bulunarak sahanın dışında çalışmak isteyebilir.

Son olarak önemli bir noktayı daha belirlemek isterim; SABIR! ... Hiçbir meslekte emek vermeden, yıllarını harcamadan, tecrübe edinmeden başarı kazanmak da maddi anlamda istenilen düzeye ulaşmak da mümkün değil. Bu sebeple mesleğe yeni başlayacak arkadaşlarımız motivasyonlarını, heyecanlarını hemen kaybetmesinler. Mutlaka hatalar olacak, krizler olacak ama severek yapılan ve yeterince sabır gösterilen her işin sonunda mutlaka başarı gelecektir.

Sayın Ceyda Seçkin, bize vakit ayırdığınız ve verdiğiniz değerli bilgiler için çok teşekkür ediyoruz...

Ben de Ceyda Seçkin İletişim Danışmanlığı olarak bizi okuyucularınız ile buluşturduğunuz için teşekkür ediyorum...

UYGULAMALI BİLİMLER YÜKSEKOKULU AYLIK BÜLTENİ

MAYIS 2021 - SAYI 5

YÖNETİM

Dr. Öğr. Üyesi Hilal Kılıç
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Müdür Vekili

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Özcan
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Müdür Yardımcısı

EDİTÖR

Dr. Öğr. Üyesi Sevinç Koçak
skocak@gelisim.edu.tr

YAZI İŞLERİ & GRAFİK TASARIM

Araştırma Görevlisi Engincan Yıldız
enyildiz@gelisim.edu.tr

Araştırma Görevlisi Türkan Öykü Büyükçelikok
Araştırma Görevlisi Metehan Özırmak
Araştırma Görevlisi Nevra Üçler

İNGİLİZCE TERCÜME

Araştırma Görevlisi Niger Hacı
nihaci@gelisim.edu.tr



/ iguubyo

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ UBYO AYLIK BÜLTENİNDE YER ALAN HABER VE AKADEMİK ÇALIŞMALARDAN KAYNAK GÖSTERİLMEK SURETİYLE ALINTI YAPILABİLİR.

BÜLTEN İÇERİSİNDE BULUNAN FOTOĞRAF VE GÖRSELLER İZİNSİZ KULLANILAMAZ.

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
CİHANGİR MAHALLESİ
ŞEHİT JANDARMA KOMANDO ER HAKAN ÖNER SK. NO: 1
AVCILAR / İSTANBUL
0212 422 70 00

www.gelisim.edu.tr

