



UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ AYLIK BÜLTENİ

Uygulamalı Gelişim , Hayatındaki Değişim



Milli mücadele sürecinin
en büyük adımı olan

30 AĞUSTOS

ZAFER BAYRAMIMIZIN

99. YILI KUTLU
OLSUN!

UBF'den Haberler

Dr. Öğr. Üyesi Nevruz Berna Tatlısu Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekan Yardımcısı Olarak Atandı...

Haziran 2021 tarihi itibarıyla Fakülte olarak eğitim ve öğretim hayatına devam eden Uygulamalı Bilimler Fakültesine, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölüm Başkanı Dr. Öğretim Üyesi Nevruz Berna Tatlısu, Dekan Yardımcısı olarak atandı.

2013-2019 yılları arasında, Yıldız Teknik Üniversitesi, Gıda Mühendisliği alanında doktorasını tamamlayan Dr. Öğretim Üyesi Tatlısu, 2014 yılında İstanbul Gelişim Üniversitesi ailesine katıldı. 2014- 2019 yılları arasında Gelişim Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Gıda Teknolojisi Bölümünde Öğretim Görevlisi olarak görev alan Dr. Öğr. Üyesi Nevruz Berna Tatlısu, 2019 yılında Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümüne Dr. Öğretim Üyesi olarak atandı. Dr. Öğr. Üyesi Nevruz Berna Tatlısu'nun akademik çalışmaları kapsamında ulusal ve uluslararası kongre ve sempozyumlarda sunulan bildirilerinin yanı sıra ulusal ve uluslararası hakemli dergilerde makaleleri bulunmaktadır.

Dr. Öğr. Üyesi Nevruz Berna Tatlısu'yu yeni görevinden dolayı kutluyor ve başarılar diliyoruz.



Arş. Gör. Ahmet Esad Yurtsever Doktora Öğrenimini Tamamladı

Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü Arş. Gör. Ahmet Esad Yurtsever, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İşletme Anabilim ve Bilim Dalı doktora programını "Cep Telefonu Sektöründe Kullanılan Manipülatif Tekniklerin Z Kuşağının Tüketim Alışkanlıkları ve Davranışsal Niyetleri Üzerine Etkileri" başlıklı tezini 27 Temmuz 2021 tarihinde başarıyla savunarak doktor unvanını almaya hak kazandı. Kendisini kutluyor ve başarılarının devamını diliyoruz.

UBF'den Haberler

UBF, Tanıtım Günlerinde 2021-2022 Akademik Yılı Aday Öğrencileri ile Buluşmanın Heyecanını Yaşadı...

28 Temmuz - 20 Ağustos 2021 tarihleri arasında gerçekleşen Tanıtım Günlerinde Uygulamalı Bilimler Fakültesi Akademik kadrosu olarak aday öğrencilerimizle geleceklerine yön verecek bilgi alışverişlerinde bulunmanın heyecan ve mutluluğunu yaşadık.

Her türlü lojistik, teknolojik ve materyal desteği ile Covid-19 Pandemi koşullarının titizlikle uygulandığı, adaylar ve aileleri tarafında yoğun ilgi gören tanıtım günlerinde bir yandan öğrencilerin sevinç ve heyecanlarını paylaşarak samimi iletişimler kurarken, diğer yandan bir araya gelmenin de mutluluğunu yaşadık.

2021-2022 Akademik Yılında Üniversitemiz ve Fakültemizde eğitim ve öğretime başlayacak tüm yeni öğrencilerimize bir kez daha "Hoşgeldiniz!" diyoruz....

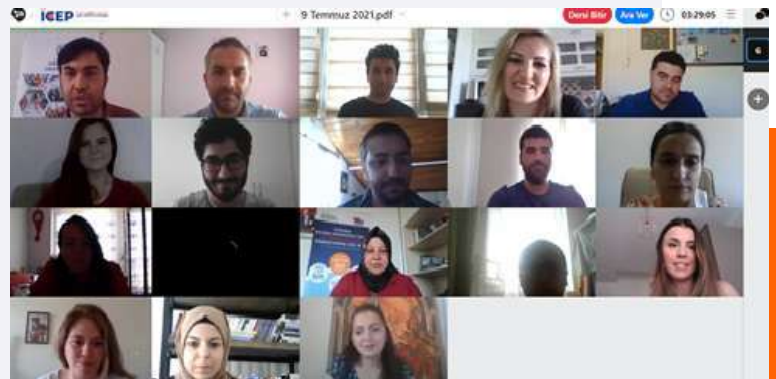


Etkinlikler

TÜBİTAK 2237-a Kapsamında "Sosyal Bilimlerde Lisansüstü Öğrencilere Yönelik Finansal Ekonometri Uygulamaları" Etkinliği Gerçekleşti!

Uygulamalı Bilimler Fakültesi (UBF) Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü Bölüm Başkanı Dr. Öğr. Üyesi Lokman Kantar'ın koordinatörlüğünü yürüttüğü ve 5 farklı üniversiteden, İstanbul Ticaret Üniversitesi Doç. Dr. Ayben Koy, İstanbul Arel Üniversitesi Doç. Dr. Murat Akkaya, Balıkesir Üniversitesi Doç. Dr. Hasan Hüseyin Yıldırım, Çankırı Karatekin Üniversitesi Doç. Dr. İbrahim Bozkurt ve Bilecik Şeyhedevali Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Murat Düzer'in eğitmen olarak yer aldığı TÜBİTAK 2237-A kapsamında "Sosyal Bilimlerde Lisansüstü Öğrencilere Yönelik Finansal Ekonometri Uygulamaları" isimli proje etkinliği 05-09 Temmuz 2021 tarihleri arasında çevrimiçi (online) olarak düzenlenmiştir. Söz konusu eğitim ile lisansüstü (yüksek lisans ve doktora) öğrencilerine e-views ve GeoDa gibi paket programlar yardımıyla zaman serileri ile ampirik çalışmalar yapabilmeleri için gerekli olan teori ve uygulamalı eğitim verilmesinin amaçlanmıştır.

Etkinlik ile Türkiye'deki tüm vakıf ve devlet üniversitelerinde eğitim gören lisansüstü öğrencilere çevrimiçi (online) ulaşılarak ücretsiz bu eğitimden faydalanmaları hedeflenmiştir. Etkinliğe 64 farklı üniversiteden 209 öğrenci başvuru yaparken; 60 farklı üniversiteden 60 öğrenci etkinliğe katılmaya hak kazanmıştır. Etkinlik sonrasında yapılan değerlendirme ve memnuniyet anket sonuçlarına göre öğrencilerin projeden son derece memnun kaldıklarına yönelik geri dönüşler alınmıştır.



Etkinlikler

Kültür Varlıklarını Koruma ve Onarım Bölümü, Bathonea Antik Kenti Arkeolojik Çalışması Nedeniyle Avcılar Belediye Başkanını Ziyaret Etti!

Kültür Varlıklarını Koruma ve Onarım Bölüm Başkanı Dr. Öğr. Üyesi İlknur Türkoğlu ve Arş. Gör. Esra Sayın'ın da bilim heyetinde yer aldığı, Avcılar İlçesi'nde Küçükçekmece Gölü kıyısında yer alan Bathonea Antik Kenti'nde kazı ve restorasyon çalışmaları başladı.

Doç. Dr. Şengül Aydıngün başkanlığında yürütülen ve çeşitli üniversitelerden çok sayıda uluslararası araştırmacının yer aldığı kazı süreciyle ilgili bilgileri aktarmak için Kazı Bilim Heyeti 4 Ağustos 2021 tarihinde Avcılar Belediye Başkanı Av. Turan Hançerli'yi makamında ziyaret etti.

Avcılar'ın önemli bir kültür mirası olan Bathonea Antik Kenti'ni gün yüzüne çıkaran Kazı Bilim Heyeti'ni kutlayan Başkan Hançerli, Avcılar'ın kültürel mirasını korumak ve yaşatabilmek için her zaman destek verdiğini, bundan sonra da gerçekleştirilecek olan çalışmalara destek vermeye devam edeceğini belirtti.



Etkinlikler

Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü Öğrencilerinden TÜBİTAK 2242 Üniversite Öğrencileri Araştırma Proje Yarışmasına İki Ayrı Başvuru!

TÜBİTAK 2242 Üniversite Öğrencileri Araştırma Proje Yarışmaları, üniversite öğrencilerine araştırma ve proje kültürünün kazandırılmasının amaçlandığı, farklı kategori ve tematik alanlarda yarışmaların yapıldığı, 09 Nisan-25 Haziran 2021 başvuru tarihli proje yarışmasıdır.

Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü Arş. Gör. Safiye Top'un danışmanlığında, son sınıf öğrencileri Onur Mübin, Zeynep Görgün, Büşra Çitil ve Azat Çiçek, "Gelişim Meraklıları" Takımı Sosyal Yenilikçilik ve Girişimcilik Kategorisi Finansal Okuryazarlık tematik alanına, "Üniversiteli Tasarruf Peşinde" isimli projeleri ile başvuru yaptılar.

Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü Arş. Gör. İlnur Külekçi'nin danışmanlığında ise 3. sınıf öğrencileri Diyanet Kaya, Sevda Sevimli ve Oğuzhan Taşdemir "Bu Üçlü Çok Güçlü" Takımı Sosyal Yenilikçilik ve Girişimcilik Kategorisi Finansal Okuryazarlık tematik alanına "Yıkılırsa Dask Toparlar" isimli proje çalışmaları ile başvuru yaptılar. Proje başvurularının ön değerlendirme süreci devam ettiğinden değerlendirme sonuçlarının Ağustos ayı içerisinde açıklanması planlanmaktadır.

Yarışma çağrı duyurusu:

https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/3835/2242_cagri_duyurusu_2020.pdf



Akademik Makaleler

Arş. Gör. Nevra Üçler ve Arş. Gör. Türkan Öykü Büyükçelikkok'un "İletişim Fakültesi Müfredatlarının Medya Sektörü İş İlanları Üzerinden Sektörel Beklentileri Karşılama Yeterliğinin İncelenmesi" İsimli Makalesi Yayınlandı

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Arş. Gör. Nevra Üçler ve Yeni Medya ve İletişim Bölümü Arş. Gör. Türkan Öykü Büyükçelikkok'un ortak yazarlığında hazırlanan "İletişim Fakültesi Müfredatlarının Medya Sektörü İş İlanları Üzerinden Sektörel Beklentileri Karşılama Yeterliğinin İncelenmesi" isimli makale Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin Temmuz 2021 tarihli Cilt 20, 3. sayısında yayınlandı. Çalışmanın konusunu, İletişim Fakültesi mezunlarının sektörel donanım yeterliliğinin ve sektörde yaşanan istihdam probleminin, İletişim Fakültesi müfredatlarında yer alan ders içeriklerinin incelenmesi ile ele alınması oluşturmaktadır.

"Makalenin tam metnine aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz:

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/jss/issue/64299/879093>



"Duygusal Emeğin İş ve İşletme Performansına Etkisi" Başlıklı Makale Çalışması Yayınlandı

Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Dursun Boz tarafından hazırlanan "Duygusal Emeğin İş ve İşletme Performansına Etkisi" isimli makale çalışması Uluslararası AFRO-Avrasya Araştırmaları Dergisi'nin Haziran 2021 tarihli 12. sayısında yayınlandı. Çalışmada Kütahya ili Organize Sanayi Bölgesinde faaliyette bulunan 2 ayrı otomotiv işletmesinin 255 beyaz ve mavi yakalı çalışanına kolayda örnekleme yöntemiyle gönüllülük esasına göre ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen verilerle yapılan regresyon analizi ile duygusal emeğin hem iş performansına hem de işletme performansına pozitif etkisi tespit edilmiştir.

Makalenin tam metnine aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz:

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijar/issue/64457/941349>



Akademik Makaleler

“Kültür Mirası Eğitimde STK’ların Rolü Üzerine Bir Örnek: “Üsküdar Kültür Mirasını Katılımcı Koruma Projesi” Kapsamında İlköğretim Öğrencilerine Yönelik Eğitim Programı” İsimli Çalışma Yayınlandı

Kültür Varlıklarını Koruma ve Onarımı Bölüm Başkanı Dr. Öğr. Üyesi İlknur Türkoğlu ve Arş. Gör. Esra Sayın'ın ortak yazarlığında hazırlanan araştırma makalesi Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi (MSGSÜ) Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi'nin Eğitim temalı Bahar/2021 tarihli 23. sayısında yayınlandı.

Çalışmada; Arkeologlar Derneği İstanbul Şubesi'nin 2010-2011 yılları arasında yürüttüğü ve Dr. Öğr. Üyesi Türkoğlu'nun görev aldığı “Üsküdar Kültür Mirasını Katılımcı Koruma Projesi” kapsamında, ilköğretim öğrencilerine yönelik eğitim modeli ve kültür mirası kavramı çerçevesindeki faaliyetler ve okul dışı eğitim alanında sivil toplum örgütlerinin üstlendiği roller incelenmiştir. Çalışmada; Kültür Mirası eğitiminde sivil toplum kuruluşları ile işbirliği, Gönüllülük Esası ve Sürdürülebilirlik gibi başlıklar örnek projeler ışığında değerlendirilmiştir.

Makaleye aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz:

<http://sosbildergi.msgsu.edu.tr/index.php/dergi-arsiv/46-23-sayi>



THE
TIMES
HIGHER
EDUCATION
IMPACT RANKINGS 2021

2021 Dünya Etki Sıralaması
Kaliteli Eğitim - (SDG4)
Dünya 24'üncüsü

#THEGlobalImpact

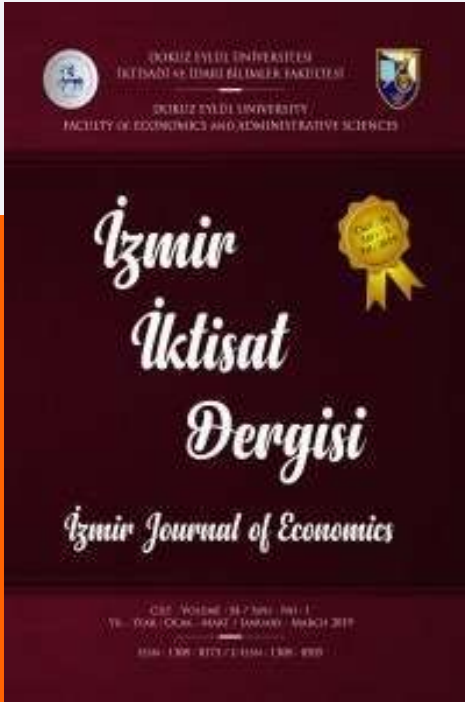
Ekolojik, Ekonomik ve Sosyal Sürdürülebilirlik

İSTANBUL
GELİŞİM
ÜNİVERSİTESİ

Dünya üniversiteleri 'Etki Güçlerine' göre sıralandı: İstanbul Gelişim Üniversitesi kaliteli eğitimde Türkiye'de 1'inci sıraya yerleşti!

Akademik Makaleler

“Türkiye’de Enflasyonun Belirleyicilerinin VAR Yöntemi ile Analizi (2008-2019)” Başlıklı Makale Çalışması Yayınlandı



Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Ali Çelik tarafından hazırlanan “Türkiye’de Enflasyonun Belirleyicilerinin VAR Yöntemi ile Analizi (2008-2019)” başlıklı makale çalışması İzmir İktisat Dergisinin Ağustos 2021 tarihli 1. Sayısında yayınlandı.

Amacı, Türkiye için enflasyonun 2008 sonrası belirleyicilerini araştırmak olan çalışmada, Değişkenler arasındaki ilişkiyi saptamak için 2008:1-2019:12 dönemini kapsayan aylık veriler zaman serisi analizi ile test edilmiştir. Johansen eşbütünleşme analizine göre, serilerin uzun dönemde eşbütünleşik olduğu görülmektedir. Granger nedensellik testine göre, TÜFE ile doğalgaz fiyatları, reel efektif döviz kuru ve yurtiçi kredi hacmi arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Ayrıca VAR analizi temelinde etki-tepki fonksiyonları ve varyans ayrıştırması sonuçları değerlendirilmiştir.

Makaleye aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz:

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ije/issue/64291/725614>

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
QS EECA 2021 SIRALAMASINDA

İstanbul Gelişim Üniversitesi, “QS EECA 2021” sıralamasında **ilk 300 üniversite** arasına girdi.

“Uluslararası Akademisyen” kategorisinde

58. Sırada ÜNİVERSİTE
Yer Alan

“Makale Başına Atrf” kategorisinde ise

ilk 100 ÜNİVERSİTE
arasında gösterildi.

QS WORLD
UNIVERSITY
RANKINGS

İSTANBUL
GELİŞİM
ÜNİVERSİTESİ



Akademik Kitaplar

“Tedarik Zinciri Yönetiminin Tarihsel Gelişimi, Amaçları ve İş Süreçleri” İsimli Kitap Bölümü Yayınlandı

Lojistik Yönetimi Bölümü’nden Arş. Gör. Onur Türker’in “Tedarik Zinciri Yönetiminin Tarihsel Gelişimi, Amaçları ve İş Süreçleri” isimli çalışması Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi’nden Dr. Öğr. Üyesi Şahin Karabulut’un editörlüğünde hazırlanan ve Gazi Kitabevi’nden çıkan “Pazarlama ve Organizasyon Perspektifinden Kuramlar ve Tartışmalar” isimli kitapta yer aldı.

Bu çalışmada tedarik zinciri yönetiminin tarihsel süreç içerisinde nasıl bir gelişim gösterdiği incelenmiş ve tedarik zinciri yönetiminin amaçları ve iş süreçleri ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır.

Kitaba aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz:

<https://www.gazikitabevi.com.tr/urun/pazarlama-ve-organizasyon-perspektifinden-kuramlar-ve-tartismalar-dr-sahin-karabulut>



Resmi Sosyal Medya Hesaplarımız:



Kongreler

UBF Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Dr. Öğretim Üyesi Sevinç Koçak II. Dünya Pandemi Araştırmaları Kongresine Katıldı.

10 Ağustos 2021 tarihinde online (çevrimiçi) gerçekleşen Kongrede "Analysis And Evaluation Of Examples Of Public Relations Practices By The Tetrad Theory During The Covid-19 Pandemic Period" isimli bildirisini sunan Dr. Öğretim Üyesi Sevinç Koçak, Covid-19 Pandemi döneminde halkla ilişkiler mesleği uygulamalarında gerçekleşen değişim ve dönüşüme örnekler sunarak, söz konusu dönüşümlerin gelecekteki etkilerini Marshall McLuhan'ın Tetrad teorisi bağlamında açıkladı.



Mezunlarımızdan Haberler

Merhaba! Ben Aslıhan Bayram...

İstanbul Gelişim Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü'nden 2020 yılında bölüm birincisi olarak mezun oldum. Üniversitemizde ikinci sınıfı tamamladıktan sonra yaz tatilinde Ciner Yayın Holding bünyesinde yer alan "habertürk.com"da staj yapmaya başladım. Üniversite yıllarında aldığımız haber yazma teknikleri ve birçok uygulamalı ders sayesinde çok güzel ve rahat bir staj dönemi geçirdim. Ayrıca eğitim aldığımız tüm hocalarımızın derslerde anlattığı sektör tarihi, sektör bilgisi sayesinde kendimi kurum içinde ispatlama şansını yakaladım.

Uygulamalı Bilimler Fakültesi çatısı altında dersleri hem teorik hem de pratik görmemiz bizleri sektöre çok önde başlattı. Ayrıca eğitimim süresince etkinlik sunuculuğu, münazara yarışmalarında yer almak, köşe yazarıyla röportaj gibi faaliyetlerde yer alarak kendime olan güvenimi de pekiştirmiş oldum. Bu da mezuniyetten yaklaşık 2 ay sonra "habertürk.com"da SEO Uzmanı olarak işe alınmama vesile oldu. Hali hazırda da bir senedir burada çalışmaktayım.

Üniversite, sadece derslere girip çıktığımız, notları okuyarak geçer not alıp mezun olduğunuz bir yerden çok daha fazlası oldu benim için. Kelebek misali; tırtıl olarak girip dört yıl kozada kalıp kelebek olarak uçabileceğimiz bir süreçti... Bu dört yılı, çocukluktan yetişkinliğe geçiş süreci olarak düşünmekteyim. İstanbul Gelişim Üniversitesi bünyesinde eğitim alan ya da almayı düşünen arkadaşlara şunu söyleyebilirim ki; akademisyen kadrosu konusunda çok şanslısınız. Hocalarımızın bizlere hem eğitim süresince hem de mezuniyet sonrası her konuda destek olacağını bilmelisiniz. Medya sektörü biraz zorlu ve fazla rekabet içeren bir sektör. Ancak eğer bu dört yılda kendinizi geliştirir, hocalarınızın yönlendirmelerine kulak verirsiniz istihdam sorunu yaşamayacağınızı söyleyebilirim. Bana da bu süreçte her zaman destek veren / vermeye devam eden bölüm hocalarımıza ve üniversitemize teşekkürü borç bilirim.



Sektör Söyleşisi

Marka Yönetim Uzmanı Mehmet Ak:

"Dijitalleşme, gündelik hayatı bazı yönlerden kolaylaştırırken, öte yandan 20-30 yıl öncesine göre daha çok çalışmamızı sağladı!"

Dijital gelişmelerin iletişim konularındaki etkileşimini biliyor ve yaşıyoruz. Ancak sizce Dijital dönüşümün hayatımıza doğrudan etkileriyle ilgili gelecekte bizi neler bekleyeceğini düşünüyorsunuz?

Son 40 yılın dünyada en üstün 3 buluşu; 1-Bilgisayar, 2-İnternet, 3-Navigasyon... Bilgisayar ve ardından internet, dünyamızda dijitalleşmeyi başlatmış, son 10 yılda inanılmaz bir olgunluğa erişmiştir ve hala gelişimini sürdürmektedir. Dijitalleşmede iletişim kapsamında en önemli değişim; "Yazılı Basın"da (gazeteler, dergiler) gözle görülür bir güç kaybına uğramasına paralel olarak tirajların çok büyük oranda düşmesi (insanların gazete ve dergileri ağırlıklı olarak internetten okuyor, takip ediyor olmaları) ve buna bağlı olarak gazete ve dergi reklamları ve bu alandaki reklamcılıkta büyük bir küçülme yaşandığı şeklinde...

Bunun tersi; "İnternet Ortamı Reklamcılığı"nda (Dijital Reklam) büyük bir tırmanış görülmekte, bu tırmanış hala da devam etmektedir. Diğer taraftan "Yazılı Basın"daki bu güç kaybı firma / markaların geleneksel PR ajanslarıyla yoğun olarak önemsedikleri ve yaptıkları Basınla İlişkiler (Medya İletişimi) konusundaki çalışmalarını azaltmalarına, bunun yerine Dijital PR'a (İnternet ortamı PR'ı; internet medyası) yönelmelerine yol açmıştır, açmaktadır. Firma / markalar artık yoğunluklu olarak gazetecilerle ilişkiler yerine "blogger"lar, "influencer"lar, "youtuber"lar, internet fenomenleri ile ilişkileri daha fazla önemser, tercih eder hale gelmişlerdir.



Sektör Söyleşisi

Bu, son 5 yıl içinde maksimum düzeye gelmiştir. Bunları “Dijitalleşme”nin İletişim sektörüne etkileri olarak söyleyebiliriz.

Şimdi gelelim “Dijitalleşme”nin bizim hayatımıza olan etkilerine... Buna en kısa yoldan vereceğimiz cevap, bizlerin eskisine oranla daha çok, daha fazla çalışır hale geldiğimizi, kendimize daha az zaman ayırıyor hale geldiğimizi, çevremizle daha az sohbet eder, daha az sosyal aktivitelerde, gezme, yürümede olduğumuzu söylemek şeklinde olabilir.

Neden böyle?

Dijitalleşme birçok işi kolaylaştırmış, süratlendirmiştir, doğrudur. Bir zamanlar örneğin ABD’de 15 – 20 günde giden bir mektup şu anda 1 saniyede gitmekte, gelmektedir. Herhangi bir konuda artık kütüphanelere gitmemize, kütüphane kütüphane dolaşmamıza gerek yoktur. Google, Yandex vs. gibi arama motorlarına yazdığımız herhangi bir konuda yüzlerce, binlerce haber, yazı, resim, fotoğraf, videoya ulaşmak an meselesidir artık. Bilgisayarımız, tabletimiz, telefonumuz nerede ise, bankalar, işyerleri, alışveriş, okul, her konuda eğitim artık bize o kadar yakında... Bankaya gitmemize gerek yok, işlemler 1-2 dakika, hatta evimizde, işyerimizde olmasak da, hatta dünyanın bambaşka bir ülkesinde olsak bile... Evde, cafede, tatilde, gece, gündüz; istediğimiz saatte bunları yapmak mümkün, kolay... Pandemi ile artık toplantılarımızı da gerektiğinde çok sayıda kişiyle, bir yerden bir yere gitmeden, olduğumuz yerden, bambaşka bir şehirden, bambaşka bir ülkeden yapabilir hale geldik artık. Alışveriş büyük ölçüde internet ortamına kaydı. İsteddiğimiz herhangi bir şeyi gece gündüz demeden, 24 saat internetten bulmak, satın almak mümkün... Birçok konuda mağaza, eleman, taşıma, depolama vs. maliyetler düşerken, istediğimiz ürünleri mağaza fiyatlarından çok daha ucuca almak da çok kolay artık. Evet “kolay”, “çok kolay”, “hemen”, “şimdi”, “5 dakikada” vs. derken bizler bunları gece, gündüz, evden, işyerinden, yoldan, otobüsten, arabamızda giderken durmadan birçok şeyi yapar hale geldik ve durmadan çalışıyoruz artık.

Kendimize, ailemize, eşimize, dostumuza daha az zaman ayırabiliyoruz bu dijitalleşme ile... Eskiden işimizden çıktığımızda işimiz biterdi. Şimdi her yer iş, her zaman iş. Gece, gündüz, sabah, akşam... Mail, mesaj yazan hemen cevap bekliyor, sizden bir iş, bir doküman isteyen hemen dönüş bekliyor. 20 -30 yıl önce sıradan birine ayda 3-4 mektup gelir, cevap beklerken, bugün günde ortalama 3-4 mail / mesaj alıyoruz ve bunlara cevap yazmamız gerekiyor.

Sektör Söyleşisi

Sadece bu konuda bile 30 misli fazla çalışıyoruz demek oluyor bu. Evet, 20 – 30 yıl öncesine göre hepimiz daha çok çalışır hale geldik. Cep telefonlarımızda onlarca uygulama. Durmadan ona gir, buna çık, devamlı elimizde cep telefonu, tablet, bilgisayar... Durmadan çalışıyoruz. Telefona bakmasan bakmadı, mesajı okumasan okumadı oluyor... Ne zaman yattık, yer zaman kalktık, devamlı izlemede, izlenmedeyiz. Her yer kamera. Sadece tuvaletlerde yok şimdilik. Gizlilik, özel hayat kalmadı. Maillerimiz, yazışmalarımız, görüşmelerimiz, her şeylerimizi birilerinin ellerinde, arşivlerinde. Bu arada nereye girsek, nereden çıksak, her yer reklam. Herkes, bütün firma ve markalar birilerine bir şeyler satma yarışında. İnternette reklamlardan kaçarak ne bir yazı okumak mümkün, ne de Youtube'da bir video izlemek... Çocuklar desen her biri cep telefonu, internet, oyun bağımlısı halinde. Büyüğü, küçüğü elinden telefonu düşüren yok, gözünü telefondan ayıran yok. Gezme yok, tozma yok, yürüme yok, eğlence iş yok, müzik yok, tiyatro yok, sinema yok, okul yok, hobi yok, arkadaş yok... Evet, insanlar evlerde, cafelerde konuşamaz hale geldi. Yüz yüze iletişim yok oldu. Herkesin elinde telefon, saatlerce onlara bakıyor insanlar bir cafede bir araya geldiklerinde bile.

Peki bu dijitalleşme gerçekten işlerimizi kolaylaştırdı mı?

Hayır!..

Bu da nerden çıktı demeyiniz? Açıklayalım; yüzlerce, binlerce e-ticaret sitesi var; kaç tanesi iş yapıyor? Ülkemizdeki saysanız, iyi iş yapanların toplamı 50'yi bulmaz; 15 – 20'lerde. Firmaların web sitelerine girin, aradığınız değil, aramadığınız şeylerle dolu. Devlet sitelerine girin, çoğunda aradığınız bir şeyleri bulamıyorsunuz. Site içi arama motorlarına yazdığınız hiçbir şeyi bulmanız mümkün değil. Bunun tek sebebi; "Algının yönetilememesi". Bu ne demek? IT uzmanlarının belki teknolojiyi çok iyi şekilde bilmeleri ama "Algı Yönetimi"ni bilememeleri... Bu nedenle yaptıkları dijital platformalardan sadece kendileri anlıyor, aradıkları şeyi sadece kendileri bulabiliyor... Örneğin bir diş hekimi cihazı, bir diş hekimi, bir makine mühendisi, bir elektronik mühendisi, bir bilgisayar mühendisi entegrasyonu ile yapılabilir, bunlardan sadece biri bu cihazı asla yapamaz. Konu bir internet sitesi, e-ticaret sitesi ya da devlet hizmetlerinin halka sunulduğu gibi siteler, vs. olduğunda IT uzmanları mutlaka bir Grafik Dizaynır ile çalışmalarını gerekirken (tasarım ve Algı Yönetimi açısından) çoğunlukla tek başlarına siteyi kurduklarından bu sitelerin çoğunda bizler aradığımızı bulamıyor, işlerimizi çoğu zaman yapamadan çıkıyoruz. Bugün "Dijitalleşme" konusunda sadece ve yalnızca "sınıfı geçenler" bankaların web siteleri, uygulamaları ve sadece çok az sayıdaki e-ticaret siteleri olarak görünüyor.

Sektör Söyleşisi

Evet “Dijitalleşme” konusunda sadece ve ağırlıklı olarak bankalar son derece başarılı görünüyor. Bir üniversitenin uzaktan eğitim sistemi 10 – 15 değişik platforma girip, çıkmayı gerektiriyor iken bankacılıkta, neredeyse birçok bankacılık işlemimizi birkaç dakikada, bir sorun yaşamadan tek bir site içinde yapabiliyor ve çıkabiliyoruz, milyonlarca lira her gün bir yerlerden bir yerlere tek bir site içinde transfer ediliyor ve hiçbir sorun yaşanmıyor. Ülkemizde sadece birkaç e-ticaret sitesinde de durum böyle. Tek bir internet sitesi içinde binlerce kişi aynı anda sorunsuzca alışverişlerini yapabiliyor ve çıkabiliyor...

E-ticaret, CRM, SEO, SEM gibi konularda tüketicileri neler bekliyor?

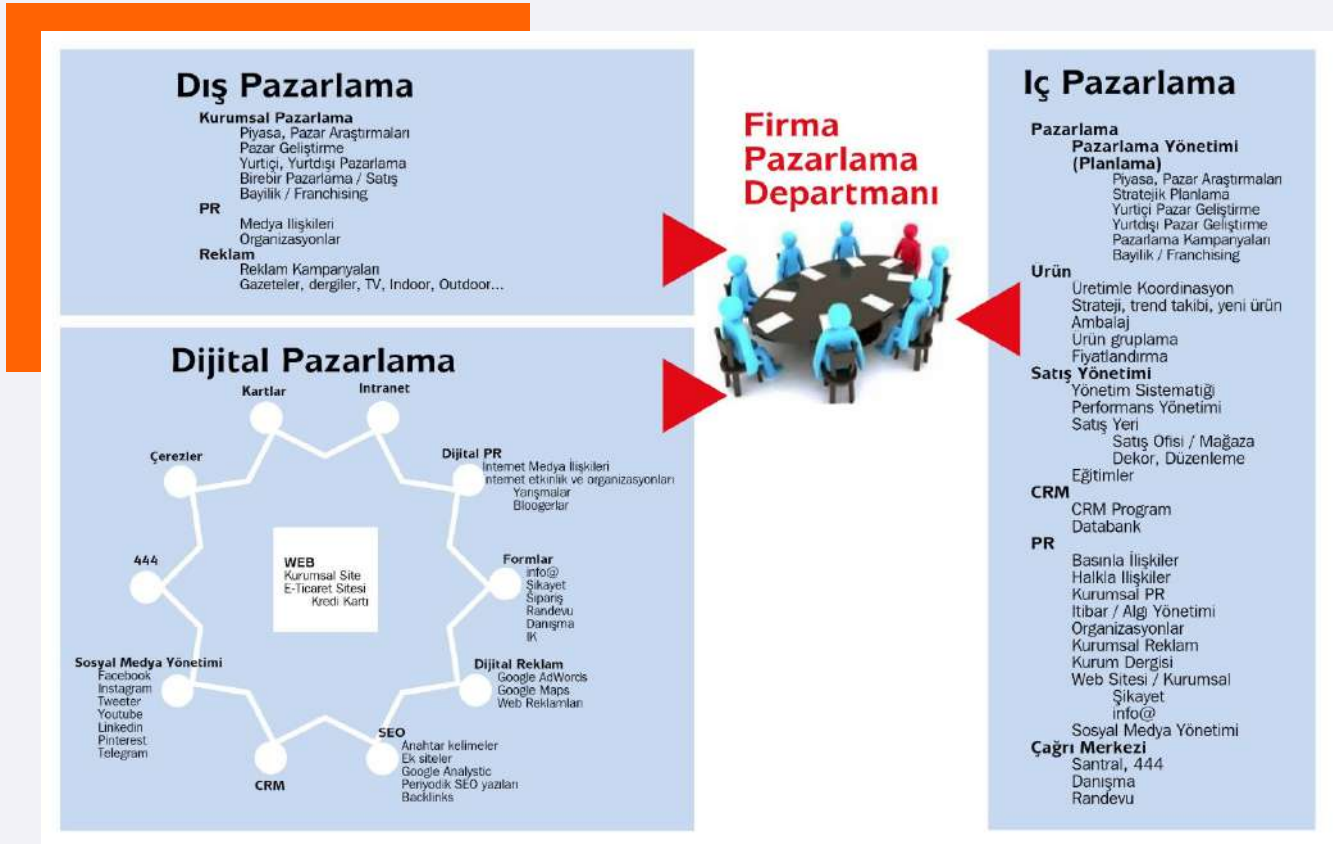
E-ticaret, CRM (Customer Relation Management), SEO (Search Engine Optimisation), SEM (Search Engine Marketing)... Bunların tamamı firma / markalar cephesinde, daha fazla görünür, bilinir olmak, daha fazla önde olmak, daha fazla satmakla ilgili detaylı ön inceleme, araştırma çalışmalarına dayalı, detaylı olarak planlanan ve uygulamaya koyulan teknik faaliyetler... Eskiden bildiğimiz geleneksel reklamcılığın büyük rakamlı kampanyalarının olmazsa olmazı “Medya Planlama”, “Medya Satınalma” konularının internet ortamı için uygulanan başka bir şekli, uzantısı olarak dijital ortamda firma / markaların reklam / tanıtım bütçelerinin hedeflenen kitlelere göre maksimum verimlilikte kullanılmasına yardımcı olan teknikler... Bu çalışmaların tüketici tarafında nasıl bir karşılık bulduğu / bulacağına baktığımızda, yukarıda ilk sorumuza verdiğimiz cevapta da değiştiğimiz şekliyle, bütün bu çalışmaların tüketiciye nihai yansıması olan reklamlar daha fazla insanları bıktırır düzeye geleceğinin işaretlerini bugünden bizlere veriyor zaten. Geline durumu sadece bir örnekle izah edeyim, şu anda Youtube’da hangi konuda bir videoyu, başında ve ortalarında sayısı her geçen gün artan reklamlardan, konsantrasyonumuzu bozmadan izlemek neredeyse imkânsız halde şu anda.

Dijitalleşmeye ve dijital dönüşüme ilgi duyan gençlere önerileriniz neler olacaktır?

Öyle ya da böyle, Dijitalleşme bütün dünyayı, bütün yaşantımızı sarmalamış, her şeyimizi etkiler hale gelmiştir. Bu konuda gelişmeler baş döndürücü bir hızla ilerlemektedir. Basın değişmiştir, Reklamcılık değişmiştir. PR değişmiştir. Marketing (Pazarlama) değişmiştir. Hepsinin yanında dijitalleri oluşmuştur. Aşağıdaki çizelgede gördüğümüz şekliyle günümüz Pazarlama dinamiklerine “Dijital Pazarlama” bölümü son 5-10 yıl içinde eklenmiştir.

Sektör Söyleşisi

Bu alan içinde bir sürü yeni meslek ortaya çıkmıştır ve çıkmaktadır. Gelişmeler son derece süratli olmaktadır. Günümüzde tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de işsizlik büyük oranda artmaktadır. Sadece “Dijital Pazarlama” içinde ortaya çıkan birçok meslek dalını iyi bilen, yapan insanların sayısı son derece azdır. Örneğin Sosyal Medya Yönetimi, SEO, SEM vs. konularını iyi bilenlerin sayısı çok azdır. Üniversiteler bu konularda eğitim vermekte gecikmekte, bu sektörlerdeki gelişmelere yetişememektedirler. Genç arkadaşların üniversitelerde aldıkları eğitimler yanında aşağıda “Dijital Pazarlama” alanı içinde yer alan iş alanlarında özel kurslara veya bu alanlardaki işlere asistan / stajyer olarak girip, bu meslekleri iyice öğrenmeleri, daha sonra bu alanlarda ilerlemeleri, “aranan adam” olmaları, bireysel olarak yaşayacakları işsizlik sorunlarını azaltacağı, ortadan kaldıracağı gibi iyi para kazanmalarına da son derece yardımcı olacaktır.



Tablo: Mehmet Ak.

Sektör Söyleşisi

Dijital Pazarlamanın alt kırılımlarında uzmanlaşılacak alanları çok net anlatan bu tablonun dijital alanda meslek edinmek isteyen gençlere önemli bir rehber olacağını görüyoruz böylece... Sayın Mehmet Ak hocam, söyleşimizi kabul ettiğiniz ve değerli görüşlerinizi bizlerle paylaştığınız için çok teşekkür ediyoruz.

Ben teşekkür eder, genç arkadaşlara başarılar dilerim...

Mehmet Ak

Mimar Sinan Üniversitesi - Grafik Sanatlar Bölümü'nü bitirdikten sonra İstanbul Üniversitesi - İletişim Fakültesi'nde Pazarlama İletişimi üzerine mastır ve doktora çalışmaları ile devam eden Mehmet Ak, ayrıca Pazarlama, Satış, CRM, İnsan Kaynakları Yönetimi, Toplam Kalite Yönetimi ve Moda Fotoğrafı konularında çeşitli eğitimler aldı. Akademik tabanlı bilgi birikimi ve yoğun iş tecrübesiyle Mehmet Ak iki şirketin entegrasyonu ile birçok firma / markaya aşağıdaki konularda hizmetler vermektedir;

- * Marka / Proje Yönetimi,
- * Franchising / Bayilik Yönetimi (Sistem, İmaj Oluşturma, Yönetim, Pazarlama)
- * Pazarlama, yurtiçi ve yurtdışı iş ve pazar geliştirme,
- * Dijital Pazarlama (E-Ticaret, SEO, Sosyal Medya Yönetimi, Dijital Reklam, Dijital PR),
- * Reklam, Kreatif (Grafik, Fotoğraf, Video, 3D, Web...),
- * Basın ve Halkla İlişkiler...

Mehmet Ak diğer taraftan iş dünyasına eğitim seminerleri, çeşitli üniversitelerde uzmanlık alanlarında dönemsel dersler vermekte, çeşitli gazete ve dergilerde yayınlanmış 500'ün üzerinde yazı, makale ve röportajı bulunmakta, konusuyla ilgili çeşitli TV programlarına konuk olmaktadır.

Yurt dışında da pek çok iş deneyime sahip olan Mehmet Ak'ın aşağıdaki yayınlanmış kitapları bulunmaktadır:

- 1- Kurumsal Kimlik / İmaj (1997),
 - 2- Marka Yönetimi (2006'da Platin Dergisi eki olarak yayınlanmış, dağıtılmıştır),
 - 3- Marka Yönetimi ve İmaj (2011)
- www.mehmetak.com

UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ AYLIK BÜLTENİ

AĞUSTOS 2021 - SAYI 8

YÖNETİM

Prof. Dr. Kamil Kaya
Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekan V.

Dr. Öğr. Üyesi Hilal Kılıç
Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekan Yardımcısı

Dr. Öğr. Üyesi Nevruz Berna Tatlısu
Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekan 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



/ iguubf

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ 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

