



İSTANBUL  
GELİŞİM  
ÜNİVERSİTESİ

ŞUBAT 2025



İSTANBUL  
GELİŞİM  
ÜNİVERSİTESİ

# UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ AYLIK e-BÜLTENİ

*Uygulamalı Gelişim, Hayatındaki Değişim*

[www.gelisim.edu.tr](http://www.gelisim.edu.tr)

0 212 422 70 00



/iguubf

## İGÜ'DEN HABERLER

### “Yeni Yüzyılda Gastronomi: Yiyecek-İçecek Sektöründe Değişim ve Dönüşüm Raporu” Yayınlandı!

İstanbul Gelişim Üniversitesi ile MÜSİAD Hizmetler Sektör Kurulu arasında yürütülen iş birliği çerçevesinde, “Yeni Yüzyılda Gastronomi: Yiyecek-İçecek Sektöründe Değişim ve Dönüşüm” başlıklı sektör raporu hazırlanmıştır. Bu kapsamlı çalışmada, üniversitemiz Genel Sekreteri Doç. Dr. Serdar Egeli, Dr. Öğr. Üyesi Muzaffer Çakmak, Arş. Gör. Cem Keskin ve Arş. Gör. Mecid Vergül aktif rol almıştır.

11 Şubat tarihinde düzenlenen ve 17 sektör raporunun tanıtıldığı MÜSİAD Sektör Kurulları Raporları Basın Lansmanına üniversitemiz de davet edilmiştir. Söz konusu raporda, dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve inovasyon gibi güncel konuların yanı sıra, tüketici davranışlarındaki değişimler, tarım politikalarının sektöre etkileri ve kamu-özel sektör iş birliklerinin önemi gibi başlıkları detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Ayrıca, pandemi ve diğer küresel ekonomik krizlerin yiyecek-içecek sektörüne olan etkileri de kapsamlı olarak incelenmiştir.







## UBF'DEN HABERLER

### Dr. Öğr. Üyesi Nevra Üçler Università Degli Studi di Milano- Bicocca'dan Kabul Aldı!

Uygulamalı Bilimler Fakültesi (UBF), Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Nevra Üçler, "Examination of Studies on Gender Equality in Universities: The Case of Italy and Turkey" başlıklı çalışmasını yürütebilmek adına, Università Degli Studi di Milano'nun Sosyoloji ve Sosyal Araştırmalar Bölümünden 2024-2025 eğitim-öğretim yılı bahar dönemi için "visiting researcher" olarak kabul aldı.

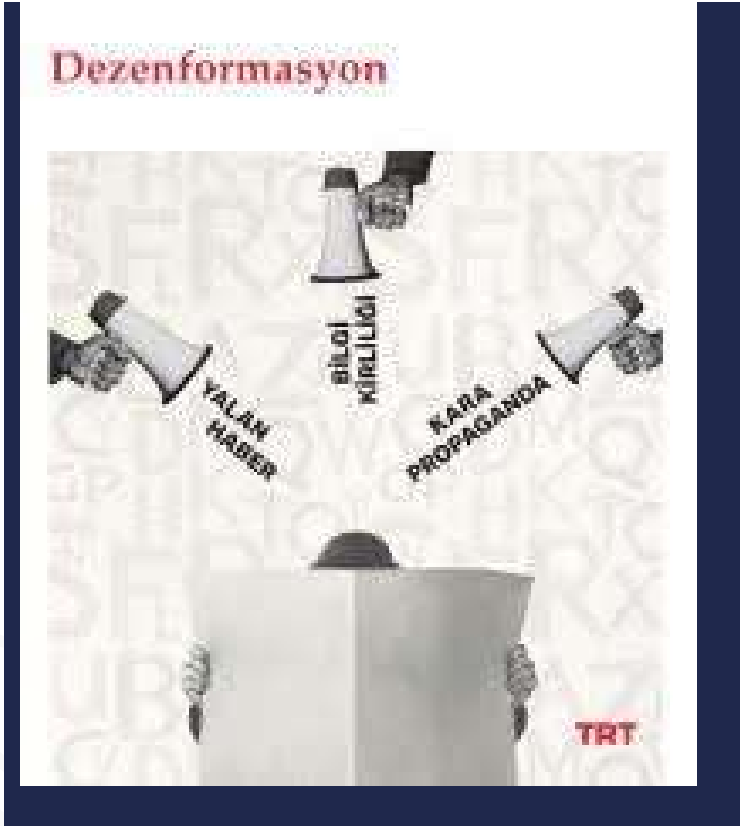


## AKADEMİK MAKALELER

### *Siyasal İletişimde Yapay Zekâ Etkisi ve Deepfake (Derin Sahte) Dezenformasyonu: 2024 ABD Başkanlık Seçimleri Örneği” Başlıklı Makale Yayınlandı!*

“Yeni Medya ve iletişim bölümünden Doç. Dr. Çağla KAYA İLHAN ve Televizyon Haberciliği ve Programcılığı bölümünden Dr. Öğr. Üyesi Hande ULUSOY tarafından hazırlanan “Siyasal İletişimde Yapay Zekâ Etkisi ve Deepfake (Derin Sahte) Dezenformasyonu: 2024 ABD Başkanlık Seçimleri Örneği” başlıklı makale, TRT Akademi Dergisi, Cilt 10, Sayı 23’de yayınlanmıştır.

Erişim Linki: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/4274019>



## AKADEMİK KİTAPLAR

### *Doç. Dr. Zeynep Burcu Şahin'in "Medyanın Eğlence Yüzü: Türkiye'de Magazin Haberciliği" Başlıklı Kitabı Yayınlandı!*

Nobel Akademik Yayıncılık tarafından yayımlanan "Medyanın Eğlence Yüzü: Türkiye'de Magazin Haberciliği", magazin haberciliğinin toplum üzerindeki etkilerini, tarihsel dönüşümünü ve habercilik pratiğinde karşılaşılan sorunları ele alan kapsamlı bir çalışma olarak okuyucularla buluştu. Doç. Dr. Zeynep Burcu Şahin ve Burak Altınok editörlüğünde hazırlanan bu eser, magazin medyasının kültürel, siyasi ve ekonomik süreçlerle olan etkileşimini akademik bir bakış açısıyla inceliyor.

Bir toplumun basın tarihi, o ülkenin siyasi, ekonomik ve kültürel dönüşümlerine dair önemli ipuçları sunar. Bu bağlamda, magazin haberciliği de yalnızca eğlenceli içerikler sunan bir alan olmanın ötesinde, toplumun baskın ideolojileri, toplumsal cinsiyet algıları, değer sistemleri ve yaşam biçimleri üzerinde etkili bir rol oynar. Magazin haberleri, bir toplumun arzu edilen yaşam biçimini, rol modellerini ve yıldızlarını şekillendirerek, başarılı, güçlü, güzel gibi kavramları somutlaştırır ve toplumsal değerlerin inşasında önemli bir yer tutar.

Bu kitap, magazin haberciliğinin ihmal edilen ancak önemli bir alan olduğunu vurgularken, bu alanda çalışan gazetecilerin karşılaştığı zorlukları ve sektördeki etik tartışmaları da ele alıyor. Aynı zamanda akademik literatüre katkı sunmayı ve mevcut sorunlara çözüm önerileri geliştirmeyi hedefliyor. Alanında önemli bir boşluğu dolduracak olan bu eser, medya ve iletişim alanına ilgi duyan herkes için değerli bir kaynak niteliğinde.

Erişim Linki: <https://www.nobelyayin.com/medyanin-eglenme-yuzu-turkiye-de-magazin-haberciligi-21820.html>



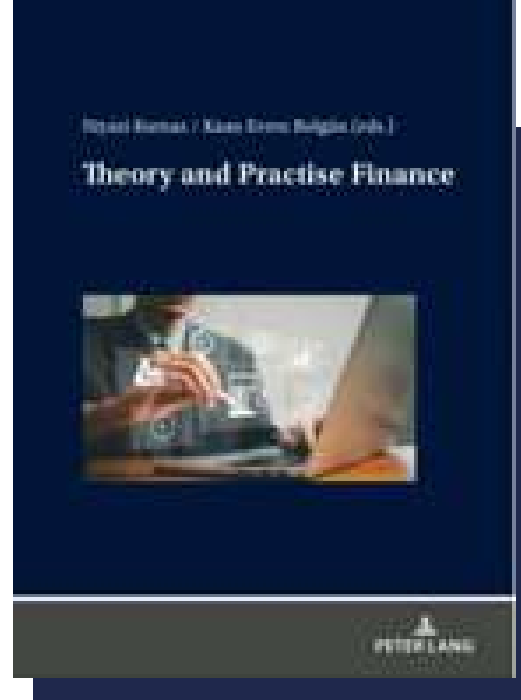
## AKADEMİK KİTAPLAR

*“Analysis of the Relationship between the VIX Fear Index and Selected Stock Market Indices” Başlıklı Kitap Bölümü Yayınlandı!*

Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü Dr. Öğretim Üyesi Ayşegül ERTUĞRUL ile farklı uluslararası üniversitelerden ortak yazarlı hazırlanan “Analysis of the Relationship between the VIX Fear Index and Selected Stock Market Indices” başlıklı kitap bölümü, Peter Lang Yayınevi tarafından yayınlanmıştır.

Erişim Linki:

<https://www.peterlang.com/document/1548326>



### MEDYANIN EĞLENCE YÜZÜ

TÜRKİYE'DE  
MAGAZİN HABERCİLİĞİ



**“Magazin Medyasında Kadın Bedeninin Metalaştırılması Sorunu: Örnek Haberler Üzerine Bir Değerlendirme” Başlıklı Kitap Bölümü Yayınlandı!**

“Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bölümü Dr. Öğretim Üyesi Hande ULUSOY ile farklı üniversiteden bir ortak yazarla hazırlanan “Magazin Medyasında Kadın Bedeninin Metalaştırılması Sorunu: Örnek Haberler Üzerine Bir Değerlendirme” başlıklı kitap bölümü, Doç. Dr. Zeynep Burcu Şahin ve Burak Altınok editörlüğünde hazırlanan ve Nobel Akademik Yayıncılık tarafından yayımlanan, “Medyanın Eğlence Yüzü: Türkiye’de Magazin Haberciliği” başlıklı kitapta yayınlanmıştır.

Erişim Linki: <https://www.nobelyayin.com/medyanin-eglenme-yuzu-turkiye-de-magazin-haberciligi-21820.html>

## AKADEMİK KİTAPLAR

### *“Magazin Haberciliğinde Dergilerin Önemi: Ses Dergisi Üzerine Bir İnceleme” Başlıklı Kitap Bölümü Yayınlandı!*

Yeni Medya ve İletişim bölümünden Doç. Dr. Çağla KAYA İLHAN ile İstanbul Üniversitesi'nden Prof. Dr. Aslı YAPAR GÖNENÇ tarafından hazırlanan “Magazin Haberciliğinde Dergilerin Önemi: Ses Dergisi Üzerine Bir İnceleme” başlıklı kitap bölümü, Doç. Dr. Zeynep Burcu Şahin ve Burak Altınok editörlüğünde hazırlanan ve Nobel Akademik Yayıncılık tarafından yayımlanan, “Medyanın Eğlence Yüzü: Türkiye’de Magazin Haberciliği” isimli kitapta yayınlanmıştır.

Erişim Linki: <https://www.nobelyayin.com/medyanin-eglenme-yuzu-turkiye-de-magazin-haberciligi-21820.html>





## KONGRELER

### *Dr. Öğr. Üyesi Nevra Üçler 15. Uluslararası Bilimsel Çalışmalar Kongresi'ne Katıldı!*

Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Nevra Üçler, 26-27 Aralık 2024 tarihleri arasında online (çevrimiçi) olarak düzenlenen 15. Uluslararası Bilimsel Çalışmalar Kongresi'ne "Sosyal Medyada Marka Boykotlarının Reklam Kampanya Değişikliklerine Etkisi: Burger King Örneği" başlıklı çalışmasıyla katılım sağladı.

Erişim Linki:

[https://kongre.akademikiletisim.com/files/ubcak15/ubcak15\\_tam\\_metin\\_kitabi.pdf](https://kongre.akademikiletisim.com/files/ubcak15/ubcak15_tam_metin_kitabi.pdf)



### *Dr. Öğr. Üyesi Cihan Emre TANÇ, 13. Uluslararası Zeugma Bilimsel Araştırmalar Kongresi'ne Katıldı!*

Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bölümü'nden Dr. Öğr. Üyesi Cihan Emre TANÇ, 24 Şubat 2025 tarihinde düzenlenen 13. Uluslararası Zeugma Bilimsel Araştırmalar Kongresi'ne "The Effect of Digitalization On Cinema and Future Prospects" / "Dijitalleşmenin Sinemaya Etkisi ve Gelecek Öngörülerini" başlıklı bildirisiyle katılım sağladı.

Erişim Linki: <https://www.zeugmakongresi.org/>





## ETKİNLİKLER

# Elektronik Ticaret ve Yönetimi Bölümü ile Dijital Girişimcilik ve Elektronik Ticaret Kulübü'nün Öncülüğünde, 'Etkin İletişim, Güçlü Bağlantılar' Temalı E-Ticaret Zirvesi Gerçekleşti!

Elektronik Ticaret ve Yönetimi Bölümü ile Dijital Girişimcilik ve Elektronik Ticaret Kulübü'nün öncülüğünde, 25 Şubat 2025 tarihinde İstanbul Gelişim Üniversitesi J Blok'taki Mehmet Akif Ersoy Salonu'nda saat 10:30 ile 16:00 arasında "Etkin İletişim, Güçlü Bağlantılar" temalı E-Ticaret Zirvesi düzenlendi.

İstanbul Gelişim Üniversitesi Rektörü Sayın Prof. Dr. Bahri Şahin, zirvenin açılış konuşmasında, öğrenciler tarafından düzenlenen etkinliklerin gençlere sağladığı katkılara dikkat çekti. Şahin, üniversitenin sunduğu kapsamlı araştırma ve geliştirme imkanlarını anlatarak, bu desteklerin öğrencilerin kariyerlerine önemli katkılar sağladığını vurguladı. Yapılan diğer konuşmalarda da ana tema e-ticaretin dönüşümü oldu. Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekanı Sayın Prof. Dr. Kamil Kaya ise teknolojinin dijital hayata olan büyük etkisine ve e-ticaretin günümüzdeki yerine değindi. Kaya, zirvenin katılımcılara vizyon kazandırarak sektörün geleceğini şekillendirecek önemli bir platform sunduğunu ifade etti.



## ETKİNLİKLER

Dijital Girişimcilik ve Elektronik Ticaret Kulübü Başkanı Sayın Aslı Seven, kulübün akademik çalışmalar ile sektörel deneyimi harmanlayarak dijital dönüşüme öncülük etmeyi hedeflediğini belirtirken, Elektronik Ticaret ve Yönetimi Bölümü öğretim üyelerinden Sayın Dr. Öğretim Üyesi Pınar Bacaksız, e-ticaret dünyasında dijital dönüşümün önemini, güncel trendler ve teknolojik gelişmelerin sektöre sunduğu fırsatları vurguladı.



Açılış oturumunun hemen ardından gerçekleşen 1. panelde, sektörün önemli isimleri sahne aldı. Panelin ilk konuşmacısı Sayın Murat Erdör, "E-ticarete Başarılı Olmak: Hayal mi?" başlıklı sunumuyla, e-ticarete başarıya ulaşmanın önündeki engelleri, başarılı stratejilerin nasıl oluşturulabileceğini ve sektörde sürdürülebilir büyümenin temellerini detaylı bir şekilde ele aldı. Erdör, deneyimlerinden yola çıkarak yenilikçi yaklaşımların ve doğru stratejilerin başarının anahtarı olduğunu vurguladı.



## ETKİNLİKLER

Ardından, Kriko'nun kurucusu Sayın Uğur Eskici, SEO yönetimi konusuna odaklanarak dijital dünyada e-ticaret platformlarının görünürlüğü artırmanın önemine değindi. Panelin kapanış bölümünde ise İnovatif 360 Ajans Kurucusu Sayın Ulaş Gökhan Gümüş, dijital pazarlama ve yapay zekanın entegrasyonu üzerine önemli değerlendirmelerde bulundu. Gümüş, yapay zeka teknolojilerinin dijital pazarlama stratejilerine olan etkisini ve bu dönüşümün gelecekte sektöre getireceği yenilikleri kapsamlı bir şekilde anlattı.





## ETKİNLİKLER

Öğleden sonraki oturumda, influencer Jel Kurucusu Sayın Canan Ulugöl, influencer marketing stratejilerinin e-ticaret dünyasındaki rolünü somut örneklerle açıkladı. Ulugöl, sosyal medya platformlarının gücünü ve influencer iş birliklerinin markaların bilinirliğini artırmadaki etkisini vurguladı. DijiMar Consultancy kurucusu Sayın Eda Sevaioglu Tan ise e-ticaretin “matematliğini” anlatarak başarılı olmanın inceliklerini paylaştı. Zirve, İstanbul Gelişim Üniversitesi Müzik Kulübü’nün düzenlediği canlı müzik etkinliğiyle enerjik bir kapanış yaptı. Katılımcılar, hem sektörel bilgi hem de keyifli bir atmosferle etkinliği tamamladı.



## ETKİNLİKLER

### SKYNET Öğrenci Kulübü ile Turkish Technic Gezisi Gerçekleştirildi!

Uygulamalı Bilimler Fakültesi Skynet Kulübü ve Havacılık Yönetimi Bölümü 19 Şubat tarihinde Turkish Technic gezisi gerçekleştirdi. Değerli bölüm hocalarımız Prof. Dr. Sezer Cihan Kesken, Dr. Öğretim Üyesi Mehmet Emin Keke ve kulüp üyelerimizle birlikte teknik atölyeler gezilerek uçak bakım süreçleri hakkında detaylı bilgiler edinildi.

Dar gövdeli ve geniş gövdeli uçak hangarları ziyaret edilerek, işleyişlerini yakından görme fırsatı elde edildi. Boya sahasına girerek uçak bakımının önemli aşamalarından biri hakkında detaylı ve özel bilgiler alındı. Ayrıca şirket yetkilileri, Turkish Technic'in sunduğu imkanlar ve staj süreçleri hakkında bilgilendirme yaparak katılımcıların sorularını yanıtladı.



## ETKİNLİKLER

### Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öğrencilerine Erasmus+ Fırsatları Tanıtıldı

İstanbul Gelişim Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, öğrencilerine uluslararası eğitim fırsatlarını tanıtmak amacıyla "Erasmus+'a İlk Adım: Bilgilendirme ve Deneyim Paylaşımı" etkinliğini düzenledi. Etkinlik kapsamında, Erasmus+ giden öğrenci staj hareketliliği uzmanı Emir Çetin öğrencilerle bir araya gelerek, Avrupa Birliği tarafından desteklenen Erasmus+ Programı hakkında detaylı bilgi sundu.

Konuşmasında, programın sunduğu akademik ve kültürel kazanımlar, uluslararası değişim süreci, başvuru kriterleri ve staj imkanları gibi önemli konulara değinen Çetin, öğrencilerin bu süreci en verimli şekilde değerlendirmeleri için dikkat etmeleri gereken noktaları paylaştı.

Etkinlik boyunca, öğrenciler merak ettikleri soruları doğrudan akademisyenler ve alanında uzman konuşmacıya yöneltme fırsatı buldu. Program, Erasmus+'ın sunduğu uluslararası ağın ve kültürel etkileşimin mesleki gelişim açısından önemini vurgulayarak, öğrencilere yeni ufuklar açmayı amaçladı. Bu tür bilgilendirici etkinlikler, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü öğrencilerinin kariyerlerini küresel ölçekte şekillendirmelerine destek olma yolunda önemli bir adım olarak değerlendirildi.





## MEZUNLARDAN HABERLER

### Ben, Cemile İlhan.

İstanbul Gelişim Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü mezunu olarak, üniversite yıllarımda bana kazandırdığı bilgi, deneyim ve vizyonun değerini her geçen gün daha iyi anlıyorum. Bu bölüm, sadece bir meslek alanı değil; insanları etkilemenin, algıyı yönetmenin ve toplumu bilinçlendirmenin en güçlü yollarından biri.



Eğitim hayatım boyunca kriz yönetimi, marka iletişimi, pazarlama stratejileri ve hedef kitle analizi gibi alanlarda kendimi geliştirme fırsatı buldum. Düzenlediğimiz seminerler, yer aldığımız projeler ve zorunlu staj sürecimiz, teorik bilgiyi pratiğe dökmemi sağladı. Ancak en büyük şansım, alanında uzman, sektör deneyimi olan, bizlere her zaman yol gösteren ve desteğini esirgemeyen değerli hocalarımız oldu. Onların bilgi birikimi, rehberliği ve teşvik edici yaklaşımları sayesinde, mesleğe dair yalnızca teknik bilgi değil, aynı zamanda etik anlayış ve stratejik düşünme yetisi kazandım.

Reklamcılık yalnızca bir ürün ya da hizmet satmak değil; insanlara dokunmak, farkındalık yaratmak ve toplumsal değişime öncülük etmek demek. Bu bölüm bana, iletişimin gücünü doğru kullanmanın, yaratıcılığın ve doğru stratejilerle hareket etmenin önemini öğretti.

Şimdi mezuniyetin ardından iş hayatına adım atarken, üniversitemin bana kazandırdığı bilgi ve deneyimin ne kadar değerli olduğunu daha iyi anlıyorum. Bana yol gösteren, her adımda destek olan hocalarıma ve emeği geçen herkese teşekkür ederim. Henüz öğrenci olan arkadaşlarıma ise kendilerini geliştirebilecekleri her fırsatı değerlendirmelerini, araştırmaya ve öğrenmeye açık olmalarını tavsiye ediyorum.

## KONUK YAZAR

# Nöropazarlamada Yapay Zeka Kullanımı: Geleceğin Pazarlama Stratejileri

Nöropazarlama, tüketici davranışlarını ve karar alma süreçlerini anlamak için beyin, sinir sistemi ve bilinçaltı süreçlere dair verileri kullanan bir disiplindir. Geleneksel pazarlama stratejileri, genellikle anketler ve odak grup görüşmeleri gibi yöntemlerle tüketicilerin bilinçli yanıtlarına dayanırken, nöropazarlama bu sınırları aşarak beynin doğrudan tepkilerine odaklanır. Bu alandaki yenilikçi gelişmelerden biri ise yapay zekanın (YZ) kullanımınıdır. Yapay zeka, nöropazarlama stratejilerinin daha hassas, kişiselleştirilmiş ve etkili olmasını sağlayarak, markaların tüketici davranışlarını daha derinlemesine analiz etmelerine olanak tanımaktadır.

Yapay zekanın nöropazarlama alanındaki en belirgin katkılarından biri, büyük veri analizi yeteneğidir. Nöropazarlama araştırmalarında toplanan veriler genellikle çok karmaşık ve büyük miktardadır. Bu veriler, beyin taramaları (EEG, fMRI), göz izleme, yüz ifadeleri ve kalp atışı gibi biyometrik verilerden elde edilebilir. Ancak, bu tür verilerin elle analiz edilmesi oldukça zor ve zaman alıcıdır. Yapay zeka, bu verileri hızlı ve doğru bir şekilde işleyerek, markaların daha verimli bir şekilde pazarlama stratejileri geliştirmesini sağlar. YZ algoritmaları, örneğin bir reklamın duygusal etkisini anında analiz edebilir ve bu reklamın hangi unsurlarının daha fazla dikkat çektiğini belirleyebilir.

Bir diğer önemli nokta ise yapay zekanın sağladığı kişiselleştirme yeteneğidir. Tüketici davranışları sürekli değişir ve geleneksel pazarlama stratejileri her bireyin farklı ihtiyaçlarına ve tercihlerine hitap etmekte zorlanır. Yapay zeka ise bu sorunu aşarak her bireyin alışkanlıklarını, geçmiş etkileşimlerini ve bilinçaltındaki motivasyonlarını analiz eder. Örneğin, bir kullanıcı bir online mağazada ürün aradığında, yapay zeka, o kullanıcının geçmişteki satın alma alışkanlıklarını ve göz izleme verilerini değerlendirerek, o kişiye özel ürün önerileri sunabilir. Bu tür özelleştirilmiş deneyimler, tüketicinin markaya olan bağlılığını artırabilir ve satış dönüşüm oranlarını önemli ölçüde yükseltebilir.

Yapay zekanın nöropazarlamadaki bir diğer güçlü yönü, davranışsal tahmin yapabilme kapasitesidir. Makine öğrenimi algoritmaları, geçmiş veriler ışığında tüketicilerin gelecekteki davranışlarını tahmin edebilir. Örneğin, bir markanın sosyal medya kampanyasının başarısı, yapay zeka tarafından analiz edilerek hangi demografik grupların daha fazla etkileşimde bulunduğu tahmin edilebilir. Bu, markaların pazarlama çabalarını daha verimli bir şekilde yönlendirmelerine yardımcı olur.



**Dr. Öğr. Üyesi**  
**Sinem Eyice Başev**  
**Halkla İlişkiler ve Reklamcılık**  
**Bölümü**

## KONUK YAZAR

Ancak, yapay zekanın nöropazarlamadaki kullanımının getirdiği fırsatlar kadar, bazı zorluklar da bulunmaktadır. En önemli zorluklardan biri, etik ve gizlilik meseleleridir. Yapay zeka, tüketici verilerini toplamak ve analiz etmek için geniş bir erişim sağlar. Ancak, bu verilerin nasıl toplandığı, nasıl saklandığı ve nasıl kullanıldığı konusunda tüketicilerin endişeleri olabilir. Özellikle kişisel verilerin gizliliği ve güvenliği konusu, hem yasal düzenlemeler hem de tüketici güveni açısından büyük önem taşımaktadır. Markaların bu noktada şeffaflık göstermesi ve kullanıcılarının verilerini etik bir şekilde kullanması gerekmektedir. Ayrıca, yapay zekanın karar alma süreçlerinde tarafsızlık ve adalet sağlamak da önemlidir. YZ algoritmalarının doğru, önyargısız ve eşitlikçi sonuçlar verebilmesi için dikkatli bir şekilde tasarlanması gerekmektedir.

Sonuç olarak, yapay zeka, nöropazarlama alanında devrim yaratabilecek potansiyele sahip bir teknolojidir. Veri analizi, kişiselleştirme, davranışsal tahmin ve daha birçok alanda sunduğu avantajlarla markaların pazarlama stratejilerini daha etkili ve hedef odaklı hale getirmektedir. Ancak, bu gelişmelerin etik ve gizlilik gibi konularda dikkatli bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Yapay zeka ve nöropazarlamanın birleşimi, pazarlama dünyasında yepyeni fırsatlar sunarken, bu fırsatların sorumlu bir şekilde kullanılması, markaların uzun vadede başarıya ulaşmasını sağlayacaktır.





# KÜLTÜR, SANAT & EDEBİYAT

## İSTANBUL KÜLTÜR SANAT ETKİNLİKLERİ

Şubat 2024



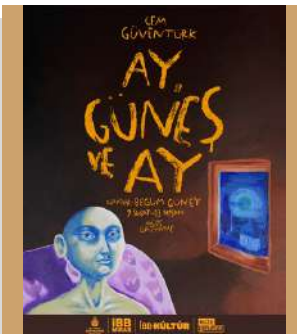
### Film - Yüzüklerin Efendisi: İki Kule

- **Tarih:** 16 Mart 2025
- **Yer:** Volkswagen Arena
- Tüm zamanların en sevilen efsanevi serisi Yüzüklerin Efendisi'nin ikinci filmi İki Kule Oscar ve Grammy Ödüllü besteci Howard Shore'un müziklerinin 250 kişilik canlı orkestra ve koro eşliğinde seslendirilmesiyle gösterilecek.
- [Biletler ve Detaylar](#)



### Tiyatro - Hizmetçiler

- **Tarih:** 13 Mart 2025
- **Yer:** Moda Sahnesi
- İlk defa 1947 yılında sahnelenen Jean Genet'nin metni yazıldığı günden bu yana tüm dünyada en çok sahnelenen oyunlardan biri olmayı sürdürüyor. Hizmetçiler, olanaklarını zorlayan sayısız yorumla sahneye taşınmış, metin ve temsil bağlamında çok sayıda okumaya, araştırmaya konu olmuştur.
- [Biletler ve Detaylar](#)



### Sergi - Cem Güventürk - Ay, Güneş ve Ay

- **Tarih:** 12 Aralık 2024 - 04 Mayıs 2025
- **Yer:** Müze Gazhane
- Cem Güventürk ikinci kişisel sergisinde kendine has bir sembolizmle insana dair varoluşsal sancuları ele alıyor.
- [Biletler ve Detaylar](#)



### Konser - Aslihan And & Ayça Aytuğ

- **Tarih:** 8 Mart 2025
- **Yer:** MinoA Pera
- Flüt ve piyanonun aynı sahnede buluşacağı bu özel konserde çağdaş Türk müziği, caz ve romantik dönem eserleri arasında gezinecek özenle seçilmiş bir repertuar seslendirilecek.
- [Biletler ve Detaylar](#)

## ÇİFT ANADAL PROGRAMI

Merhaba,

Ben Sude Yıldız...

İstanbul Gelişim Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü son sınıf öğrencisiyim. Aynı zamanda Psikoloji Bölümüne 3. sınıf çift ana dal öğrencisiyim.

İnsanlarla sürekli iletişim halinde olmayı, kitleleri analiz etmeyi gerektiren, yaratıcı işlerin gerçekleştirildiği halkla ilişkilerde ve reklamcılıkta alanında psikoloji biliminden faydalanmak oldukça önem arz etmektedir. Ben de bu sebep dolayısıyla Psikoloji bölümüne ÇAP yapmaya karar verdim. İyi ki de bu kararı vermişim çünkü hem halkla ilişkilerde ve reklamcılıkta kendimi geliştirmemde oldukça büyük bir rol oynadı hem de bana farklı bir mesleğin anahtarı vermiş oldu.



ÇAP yapmanın anadalıma sağladığı katkılardan bahsetmek gerekirse; tüketici davranışlarını daha iyi analiz edebildiğimi ve bir markanın hedef kitlesine uygun mesajlar geliştirirken daha başarılı olduğumu düşünmekteyim.

Psikoloji eğitimi alıyor olmam; insanlarla iletişim kurarken farkındalığımı da artırdı. Empati kurma, ikna etme ve etkili iletişim tekniklerini kullanabilme gibi yetkinliklerimi geliştirmemde büyük rol oynadı. Sadece başkalarını değil, kendi iç dünyamı daha iyi anlamamı ve kişisel gelişimimde oldukça büyük adımları tek başıma atabilmemi sağladı.

Çift ana dal süreci kendi içerisinde zorlukları olan ve oldukça yoğun ilerleyen bir süreç olsa da yolun sonuna gelindiğine buna değeceğini düşünüyorum. Ekstra ders yükünün olması her ne kadar yer yer yorucu olabilse de aynı anda iki farklı alanda eğitim alıyor olmak başarı hissi ve özgüveni de beraberinde getiriyor.

Çift Ana dal programı bence üniversite hayatında kaçırılmaması gereken fırsatlardan biri. Öğrenci arkadaşlarıma kesinlikle tavsiye ediyorum.

Sude Yıldız

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık ve Psikoloji (ÇAP) öğrencisi

## SEKTÖRDEN KISA KISA

### **NarPOS Etkin Envanter Yönetimiyle Gıda İsrafını Önlüyor!**

Birleşmiş Milletler'e göre, her yıl, dünyada toplam gıda üretiminin yüzde 17'si israf ediliyor. Bu, yaklaşık 1 milyar ton gıdanın çöpe gittiği anlamına geliyor. Çiftlikten sofraya kadar her noktada gıda israfı yaşanıyor. Türkiye'nin ilk hibrit altyapıya sahip restoran otomasyon sistemi olan NarPOS, etkin envanter yönetimiyle ihtiyaç kadar malın stokta bulunmasını sağlıyor, böylece gıda israfını önlüyor.

**Erişim linki:** <https://www.gastronomidergisi.com/endustriyel-mutfak-teknolojisi/narpos-tan-etkinenvanter-yonetimiyle-gida-israfini-onluyor>

### **Meta'dan Çocukları Çevrimiçi Tehditlere Karşı Koruma Adımı!**

Meta, Childhelp ile işbirliği yaparak çocukları çevrimiçi istismardan korumaya yönelik ücretsiz bir eğitim müfredatı hazırladı. "Çevrimiçi Zarardan Güvende Kalma" adlı program, eğitimciler ve ebeveynlere gençleri dijital tehditler konusunda bilinçlendiren kaynaklar sunuyor.

Tamamen Meta tarafından finanse edilen bu girişim, National Center for Missing & Exploited Children ve Purdue University'nin katkılarıyla hazırlandı. Küresel çapta çocuk güvenliği için atılan adımlardan biri olan proje, Google, OpenAI ve Roblox'un da desteklediği ROOST girişimiyle benzer bir amaç taşıyor.

**Erişim linki:** <https://gastronomiturkey.com/haber/edebiyat-ve-yemegin-birlestirici-gucu-h16817>

### **Algida'dan Sosyal Medyada Büyük Yankı Uyandıran Kampanya!**

Algida, Twister için hazırladığı "Yok Böyle Tat" kampanyasında hayali bir lezzet olan "Turşulu Twister"ı tanıtarak sosyal medyada büyük ilgi topladı. Alper Rende'nin Amazon'dan gelen kabileyile çektiği içerikte görünen sahte ürün, takipçileri merakla sürükledi ve kısa sürede viral oldu. Algida, yoğun ilgi karşısında ürünü olmadığını açıklayan bir paylaşım yaparak kampanyayı daha da büyüttü. Kampanya, 22 milyondan fazla izlenme ve 10 milyon erişime ulaşarak TikTok'tan Instagram ve X'e yayıldı. Algida, bu etkileşimi Twister'in mevcut lezzetlerini hatırlatan özel bir sürprizle sonlandırdı.

**Erişim linki:** <https://www.pazarlamasyon.com/algida-dan-sosyal-medyada-ses-getiren-hayali-lezzettursulu-twister>





İSTANBUL  
GELİŞİM  
ÜNİVERSİTESİ

# UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ AYLIK e-BÜLTENİ

ŞUBAT 2025 - SAYI 02

## KÜNYE

### YAYIN YÖNETİMİ

**Prof. Dr. Kamil Kaya**  
Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekanı

**Dr. Öğr. Üyesi Görsev Bafralı**  
Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekan Yardımcısı

**Dr. Öğr. Üyesi Muzaffer Çakmak**  
Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekan Yardımcısı

### KOORDİNATÖR

**Doç. Dr. Şebnem Gürsoy Ulusoy**  
sgursoy@gelisim.edu.tr

### KOORDİNATÖR YARDIMCISI

**Dr. Öğr. Üyesi Hande Ulusoy**  
hulusoy@gelisim.edu.tr

### EDİTÖR

**Dr. Öğr. Üyesi Hande Ulusoy**  
hulusoy@gelisim.edu.tr

### İNGİLİZCE TERCÜME

**Arş. Gör. Niger Hacı**  
nihaci@gelisim.edu.tr

### YAZI İŞLERİ VE SAYFA YÖNETİMİ / TASARIMI

#### İCÜ'den Haberler

**UBF'den Haberler Sayfası**  
**Akademik Makaleler Sayfası**  
**Kongreler Sayfası**

**Dr. Öğr. Üyesi Onur Türker**  
oturker@gelisim.edu.tr

**Arş. Gör. Defne Ertaş**  
dertas@gelisim.edu.tr

**Arş. Gör. Ece Çakır**  
ececakir@gelisim.edu.tr

**Arş. Gör. Dr. Naim Göktaş**  
ngoktas@gelisim.edu.tr

#### Etkinlikler Sayfası

**Dr. Öğr. Üyesi Onur Türker**  
oturker@gelisim.edu.tr

#### Ayın Konuk Yazarı/Söyleşi Sayfası

**Arş. Gör. Rabia Şentürk**  
rsenturk@gelisim.edu.tr

#### Erasmus+ / Çift Ana Dal Programı

**Arş. Gör. Dr. Naim Göktaş**  
ngoktas@gelisim.edu.tr

**Arş. Gör. Rabia Şentürk**  
rsenturk@gelisim.edu.tr

#### Mezunlarımızdan Haberler Sayfası

**Arş. Gör. Mehmet Kayın**  
mkayin@gelisim.edu.tr

#### Sektörden Kısa Kısa Sayfası

**Arş. Gör. Defne Ertaş**  
dertas@gelisim.edu.tr

#### Ayın Kültür, Sanat & Edebiyat Sayfası

**Arş. Gör. Mehmet Kayın**  
mkayin@gelisim.edu.tr



İSTANBUL  
GELİŞİM  
ÜNİVERSİTESİ

# UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ AYLIK e-BÜLTENİ

**ŞUBAT 2025 - SAYI 02**

*İstanbul Gelişim Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi aylık e-bülteninde yer alan haber ve akademik çalışmalardan kaynak gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir.*

*Bülten içerisinde bulunan fotoğraf ve görseller izinsiz kullanılamaz.*



/ iguubf

**İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ**

Cihangir Mahallesi Şehit Jandarma Komando Er Hakan Öner Sk. No: 1  
Avcılar / İstanbul

www.gelisim.edu.tr

0 212 422 70 00