2025-2026 EĞİTİM ÖĞRETİM YILI FAALİYETLERİ

E-BÜLTEN

İAÜ REKLAM ATÖLYESİ



İAÜ REKLAM ATÖLYESİ HAKKINDA

İAÜ Reklam Atölyesi, kuruluşundan bu yana öğrencilerini sektörle buluşturan, üretimi ve yaratıcılığı destekleyen bir uygulama alanı olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Bu yıl altıncısını hazırladığımız **2025-2026 Eğitim Öğretim Yılı İAÜ Reklam Atölyesi E-Bülteni** ile yıl boyunca gerçekleştirdiğimiz projeleri, etkinlikleri, öğrenci başarılarını ve bölümümüzde yaşanan gelişmeleri bir araya getirdik.

Bu sayıda; akademisyenlerimizin çalışmaları, üniversite içi ve dışındaki etkinliklerimiz, sektör temsilcileriyle gerçekleştirdiğimiz iş birlikleri, atölye faaliyetlerimiz ve öğrencilerimizin üretimleri sizlerle buluşuyor. Reklamcılık alanında edindiğimiz deneyimleri paylaşırken bölümümüzün dinamik yapısını ve birlikte üretme kültürünü de yansıtmayı amaçlıyoruz.

Hazırladığımız bu bültenin mezunlarımız için güzel anıları yeniden hatırlatan, öğrencilerimiz için ise ilham veren ve yol gösterici bir kaynak olmasını diliyoruz. Keyifli okumalar!

DOÇ. DR. GONCA YILDIRIM ÖGE

Reklamcılık Bölümü Başkanı



REKLAMCILIK BÖLÜMÜ 2026 MEZUNİYET TÖRENİ GERÇEKLEŞTİ



28 Haziran Pazar günü, İAÜ Reklamcılık Bölümü olarak 2026 mezunlarımızı büyük bir gurur ve heyecanla uğurladık.



Mezuniyet, yalnızca bir dönemin sonu değil; yeni hedeflerin, yeni deneyimlerin ve yepyeni başlangıçların ilk adımıdır. Reklamcılık yolculuğuna adım atan tüm mezunlarımıza kariyerlerinde başarı, mutluluk ve ilham dolu bir gelecek diliyoruz.

İAÜ Reklam Atölyesi olarak, birlikte ürettiğimiz fikirleri, paylaştığımız anıları ve kurduğumuz bağı her zaman değerli bulacağız. Bundan sonraki yolculuğunuzda yaratıcılığınızın sizi daima ileri taşımasını diliyor, yeni hikâyelerinizi gururla takip etmeyi sabırsızlıkla bekliyoruz.

REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
2026 MEZUNİYET TÖRENİ GERÇEKLEŞTİ





BÖLÜMÜMÜZDEN BÜYÜK BAŞARI:
3 PROJEMİZ TÜBİTAK TARAFINDAN KABUL EDİLDİ

Reklamcılık bölümü olarak bu yıl

3

TÜBİTAK 2209-A Projemiz Kabul Aldı

TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında, Reklamcılık bölümümüz öğrencilerinin ve akademisyenlerimizin yoğun emekleriyle hazırlanan 3 ayrı araştırma projesi desteklenmeye hak kazanmıştır.

Bilimsel merakları, nitelikli araştırmaları ve özverili çalışmalarıyla bu önemli başarıya imza atan değerli öğrencilerimizi ve onlara rehberlik eden kıymetli danışman hocalarımızı tebrik eder, başarılarının devamını dileriz!







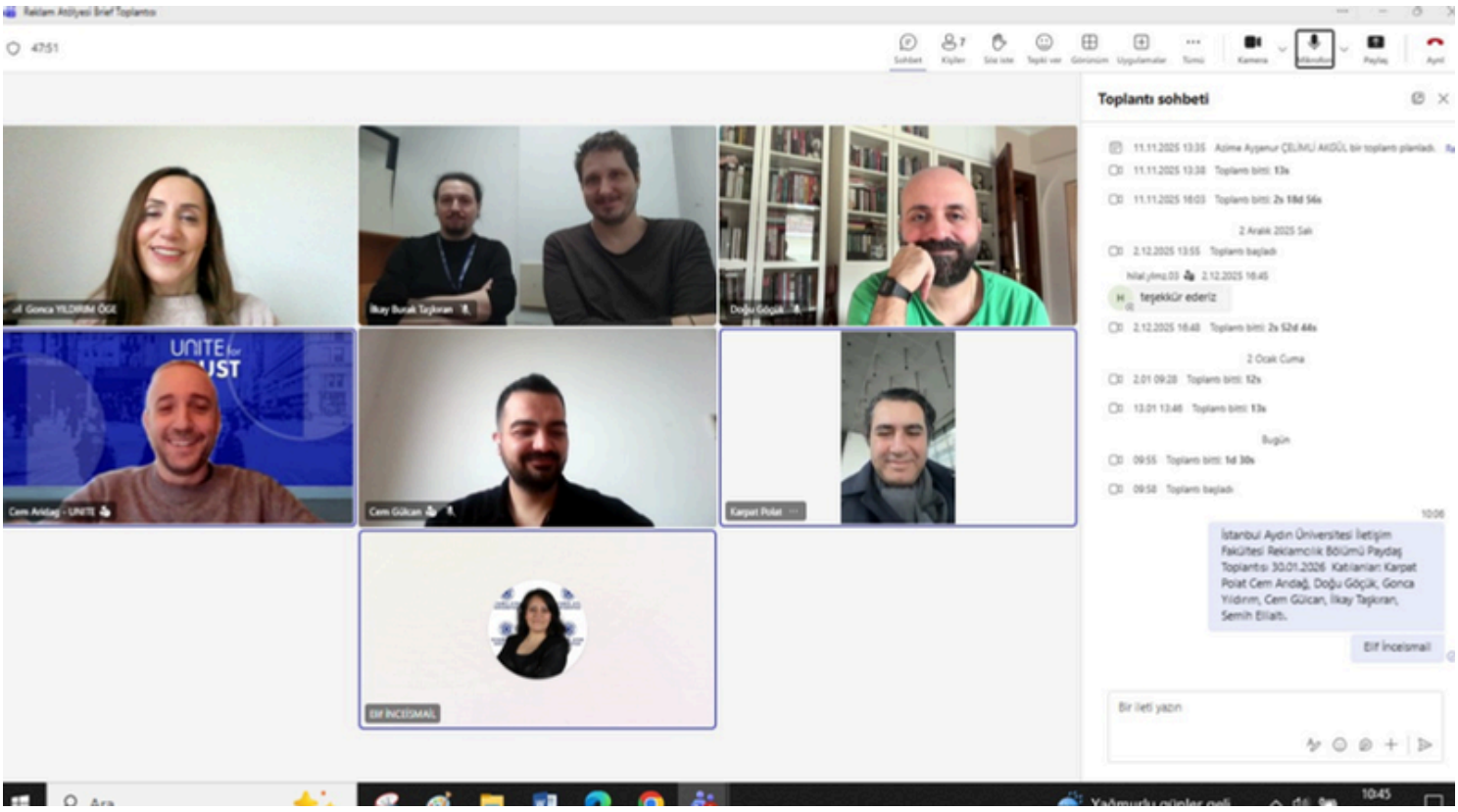
Bölümden Haberler

Reklamcılık Bölümü 2025–2026 Danışma Kurulu Toplantısı Gerçekleştirildi

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü 2025–2026 Akademik Yılı **Danışma Kurulu Toplantısı** başarıyla gerçekleştirildi.

Toplantıya Reklamcılık Bölümü öğretim elemanları Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öğe, Dr. Öğr. Üyesi Cem Gülcan, Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran, Dr. Öğr. Üyesi Semih Ellialtı ve Arş. Gör. Elif İnceismail'in yanı sıra **sektör temsilcileri** ÜNİTE Edelman Kreatif Strateji Lideri (VP) Cem Arıdağ, KARPAT Independent Advertising Agency Kurucusu ve Kreatif Başkanı Karpat Polat ile Koop Agency Kurucusu Doğu Göçük katılım sağladı.

Akademi ve sektörü bir araya getiren toplantıda, reklamcılık eğitiminin güncel ihtiyaçları, sektörün beklentileri, uygulama odaklı iş birliği olanakları ve öğrencilerin mesleki yetkinliklerini geliştirmeye yönelik öneriler kapsamlı biçimde değerlendirildi. Geri bildirimlerle zenginleşen toplantı, eğitim programının sektör dinamikleri doğrultusunda geliştirilmesine katkı sağlayacak çıktılar sundu.



Bölümden Haberler

Dr. Öğr. Üyesi Semih Ellialtı'nın Kısa Filmi “Galaksinin Tezenesi” Ulusal ve Uluslararası Festivallerde Başarılarını Sürdürüyor

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü öğretim üyesi Dr. Öğr. Üyesi Semih Ellialtı'nın yönetmenliğini ve senaristliğini üstlendiği **"Galaksinin Tezenesi"** adlı kısa film, 2025–2026 akademik yılı boyunca ulusal ve uluslararası birçok prestijli film festivalinde elde ettiği başarılarla dikkat çekti.

Film, 26. Uluslararası İzmir Kısa Film Festivali, 13. Uluslararası İpek Yolu Film Festivali, Trabzon Film Festivali, 46. İFSAK Ulusal Kısa Film ve Belgesel Yarışması, 2. Kerkük Türk Dünyası Uluslararası Film Festivali, 5. Evrensel Bilimkurgu ve Fantastik Film Festivali ve 16. South-East European Film Festival (SEE Film Festival)başta olmak üzere Türkiye ve yurt dışında düzenlenen çok sayıda festivalde **finalist** olarak yarıştı ve resmi seçkilerde yer aldı. Uluslararası yolculuğunu Filipinler'deki Bakunawa Fantastic Film Festival ile başlatan Galaksinin Tezenesi, İngiltere'de Avrupa prömiyerini, Norveç'te İskandinavya prömiyerini gerçekleştirirken; Hindistan, Peru ve farklı ülkelerde düzenlenen uluslararası festivallerde de Türkiye'yi başarıyla temsil etti.

Film ayrıca, dünyanın en önemli sinema endüstrisi buluşmalarından biri olan 79. Cannes Film Festivali Marché du Film programında yer alma başarısı gösterdi. Festival yolculuğu boyunca **En İyi Kısa Film**, **En İyi Kurgu**, **En İyi Film Müziği** ve **ISAAC Uluslararası Bilim ve Sanat Yaratıcıları Özel Ödülü** dâhil olmak üzere toplam 7 ödül kazanan Galaksinin Tezenesi, ulusal ve uluslararası festivallerde 20'nin üzerinde resmi seçkiye kabul edilerek Reklamcılık Bölümü'nün yaratıcı üretim alanındaki başarısını uluslararası platformlara taşıdı. **Dr. Öğr. Üyesi Semih Ellialtı'yı** ulusal ve uluslararası alanda elde ettiği bu değerli başarılarından dolayı tebrik ediyor, akademik ve sanatsal çalışmalarında başarılarının devamını diliyoruz.







Bölümden Haberler

AdMent 3. Yılında!

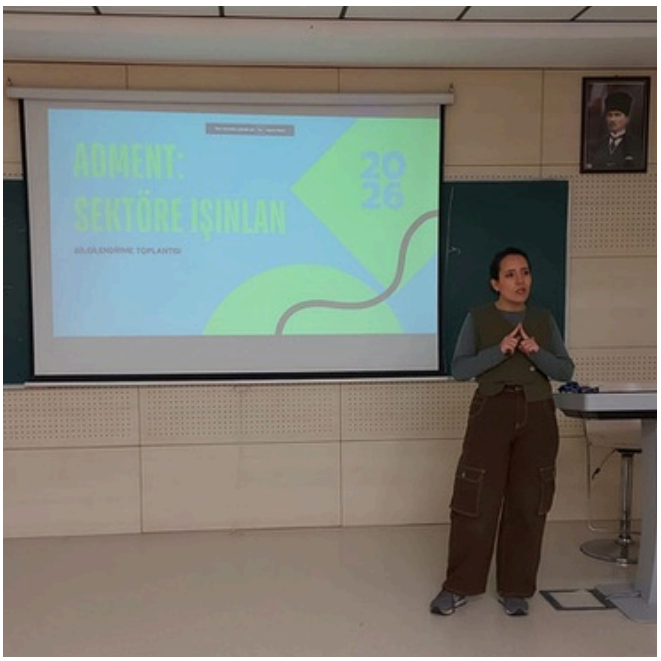
Mezunlar ve Öğrenciler AdMent'te Buluşmaya Devam Ediyor

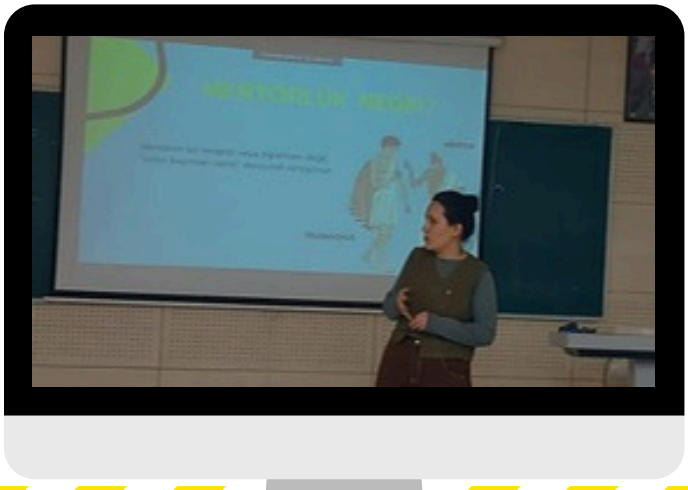
Geleceğin Reklamcıları **AdMent**'te Buluştu!
Reklamcılık Bölümü'nün gelenekselleşen mentörlük programı AdMent, bu yıl da öğrenciler ve mezunları buluşturdu.

Programın ilk adımı, Arş. Gör. Dr. Elif İnceismail'in **"Mentörlük Nedir?"** başlıklı sunumuyla yüz yüze gerçekleştirilen etkinliğiyle atıldı. Öğrenciler, mentörlük sürecine ilişkin kapsamlı bilgi edinirken programın işleyişi hakkında da bilgi sahibi oldular. gerçekleştirilen sunumun ardından çevrim içi toplantıda mentör–menti eşleşmeleri yapılarak program resmen başladı. Böylece öğrenciler, sektör deneyimine sahip mezunlarla birebir iletişim kurma ve kariyer yolculuklarında kendilerine rehberlik edecek bir mentörle çalışma fırsatı yakaladı.

AdMent, mezunların bilgi ve deneyimlerini öğrencilerle paylaşabilecekleri güçlü iletişim ağı oluştururken, öğrencilerin reklamcılık sektörünü yakından tanımalarına ve mesleki gelişimlerini desteklemelerine katkı sağlamaya devam ediyor.







Bölümden Haberler

Başarılarımız:
Reklamcılık Öğrencimizden Gururlandıran Başarı

Reklamcılık Bölümü 3. sınıf öğrencisi **Defne Demir,** 28 Şubat–1 Mart tarihleri arasında Boğaziçi Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen **ADvise** etkinliği kapsamında düzenlenen yarışmada gösterdiği başarılı performansla önemli başarıya imza attı.

Yarışmayı kazanan öğrencimiz, sektörün önde gelen reklam ajanslarından **TBWA\İstanbul**'da yaz stajı yapmaya hak kazandı. Elde ettiği bu başarı, öğrencilerimizin sektörel etkinliklerde gösterdikleri yetkinliği bir kez daha ortaya koydu.







Bölümden Haberler

Reklamcılık Vakfı Tarafından Gerçekleştirilen Çaylak Keşfi'nde Yeniden Keşfedildik!

Yağmur Aycan Aydın ve Çağatay Gültekin öğrencilerimizle bir araya geldi. Etkinlik kapsamında ögrencilerimiz, Formula 1 temalı brief doğrultusunda ekiplere ayrılarak kampanya çalışmaları hazırladı ve sunumlarını gerçekleştirdi.

Sunumlarıyla öne çıkan öğrencilerimiz **Defne Demir** ve **Asude Çiçek**, Çaylak Keşfi etkinliğinin kazananları oldu. Oğrencilerimizi başarılarından dolayı kutlar, degerli katkıları ve katılımları için Yağmur Aycan Aydın ile Çağatay Gültekin'e teşekkür ederiz.







Bölümden Haberler

Reklamcılıkta Estetik Yolculuk Sergisi Gerçekleştirildi

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü'nde, Dr. Öğr. Üyesi Sema Bulat Demir küratörlüğünde hazırlanan **"Reklamcılıkta Estetik Yolculuk"** sergisi başarıyla gerçekleştirildi.

Reklamcılık ve Sanat Akımları dersi kapsamında hayata geçirilen sergide, öğrenciler ikonik sanat eserlerini farklı markalarla yaratıcı bir bakış açısıyla yeniden yorumlayarak özgün reklam çalışmaları ortaya koydu. Proje, sanat tarihi ile reklamcılığı buluşturarak öğrencilerin estetik bakış açılarını geliştirmelerine ve yaratıcı düşünme becerilerini uygulamalı çalışmalarla pekiştirmelerine olanak sağladı. Sergi, reklamcılıkta sanatın ilham verici gücünü ortaya koyan başarılı bir çalışma olarak ziyaretçilerden ilgi gördü.







Bölümden Haberler

Reklam Atölyesi Birimleri Yıl Boyunca Düzenli Olarak Buluştu

Reklam Atölyesi bünyesinde faaliyet gösteren Sosyal Medya, Etkinlik ve YouTube ekipleri, 2025–2026 akademik yılı boyunca periyodik olarak bir araya gelerek yürüttükleri çalışmaları değerlendirdi ve dönem planlamalarını gerçekleştirdi.

Toplantılar, Bölüm Başkanı Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öğe ile Dr. Öğr. Üyesi Semih Ellialtı, Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran, Dr. Öğr. Üyesi Cem Gülcan, Arş. Gör. A. Ayşenur Çelimli Akgül ve Arş. Gör. Dr. Elif İnceismail'in katılımı ve takibinde gerçekleştirildi. Toplantılarda içerik üretimi, etkinlik planlamaları, görev dağılımları ve ekiplerin çalışma süreçleri ele alındı.



ULUSLARARARASI FAALİYETLERİMİZ

REKLAMCILIK BÖLÜMÜ OLARAK BU YIL TOPLAM

8

Uluslararası Faaliyet

Gerçekleştirdik!



Reklamcılık Bölümü olarak, vizyonumuzu yerel sınırların ötesine taşıyarak uluslararası akademik ağın etkin bir parçası olmaya devam ediyoruz. Dünyanın farklı coğrafyalarındaki saygın üniversitelerle kurduğumuz temaslar, sadece akademisyenlerimizin küresel ölçekteki bilgi üretimine katkı sağlamakla kalmıyor; fakültemizdeki eğitim kalitesini ve öğrenci deneyimini de dünya standartlarına taşıyor. Öğretim üyelerimizin Hırvatistan'dan İspanya'ya uzanan Erasmus+ hareketlilikleri sayesinde uluslararası ders verme ve kurumsal iş birliği ağlarımızı her geçen gün güçlendiriyoruz.

ULUSLARARASI FAALİYETLERİMİZ

ERASMUS+ PERSONEL HAREKETLİLİĞİ

Outgoing Staff: İspanya Universidad Miguel Hernández de Elche



Reklamcılık Bölüm Başkanı **Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge**, 17-21 Kasım 2025 tarihleri arasında İspanya Universidad Miguel Hernández de Elche'ye Erasmus+ Staff Mobility for Teaching" programı kapsamında ziyarette bulundu. Prof. Maria Teresa Zaragoza Fuster'ın derslerine katılarak Gazetecilik ve Görsel Tasarım Bölümü öğrencilerine Yaratıcı Reklam Kampanyaları dersini verdi. Fakülte öğretim üyelerine de Marka Yönetimi ve Marka İletişimi konulu bir seminer sunumu yaptı.

Outgoing Staff: Zagreb School of Business



Reklamcılık bölümü **Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran**, Erasmus+ personel hareketliliği kapsamında 18-22 Mayıs 2026 tarihleri arasında Hırvatistan'da bulunan Zagreb School of Business'a ziyaret gerçekleştirdi.

ULUSLARARASI FAALİYETLERİMİZ

Incoming Staf: Universitatea Babeș-Bolyai



Erasmus+ Staff Exchange Programı kapsamında, Romanya'daki Universitatea Babeș-Bolyai Üniversitesi'nden İletişim Fakültesi öğretim üyesi Dr. Arina-Corduta Neagu ile Uluslararası İlişkiler Ofisi yetkilisi, 4 Aralık 2025 tarihinde fakültemizi ziyaret etti. Ziyaret kapsamında fakülte yönetimi ve Erasmus koordinatörlüğü ile gerçekleştirilen toplantıda, iki üniversite arasındaki akademik iş birlikleri, ortak araştırma projeleri ve öğrenci-personel değişim programlarının geliştirilmesine yönelik fırsatlar değerlendirildi.

Incoming Staff: Universidad Fernando Pessoa Canarias

Erasmus+ Teaching Mobility kapsamında UNIVERSIDAD FERNANDO PESSOA CANARIAS'dan Prof. Dr. Roberto Sinde Stompel'i fakültemizde ağırladık. Fakültemiz öğretim üyeleri ile tanışma ve işbirliği toplantıları sonrasında uygulama alanları ve stüdyolarımızı gezen Prof. Roberto Sinde, Dr. Öğr. Üyesi Semih Ellialtı, Dr. Öğr. Üyesi Tuğba Gülal ve Dr. Öğr. Üyesi Mert Can Atar'ın derslerine katıldı.



ULUSLARARASI FAALİYETLERİMİZ

ÖZBEKİSTAN CENTRAL ASIAN UNION OF DESIGNER ÜYELERİNE “MODA VE TEKSTİL SEKTÖRÜNDE MARKA STRATEJİLERİ” SEMİNERİ

Reklamcılık Bölüm Başkanı **Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge**, Güzel Sanatlar Fakültesi’nin davetlisi olarak Üniversitemizde bulunan Özbekistan Central Asian Union of Designer üyelerine “Moda ve Tekstil Sektöründe Marka Stratejileri” konulu seminer verdi.





BIP Teaching: Technology, Innovation and Entrepreneurship: Future Skills for Young Innovators

15–19 Haziran 2026 tarihleri arasında üniversitemiz Erasmus Koordinatörlüğü tarafından düzenlenen “Technology, Innovation and Entrepreneurship: Future Skills for Young Innovators” temalı karma yoğun öğrenci programı (BIP) kapsamında Reklamcılık Bölüm Başkanı **Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge**, TheEstonian Entrepreneurship University of Applied Sciences'dan (EUAS) katılan öğrencilere "Branding Strategies in the Age of Innovation" konulu ders verdi.



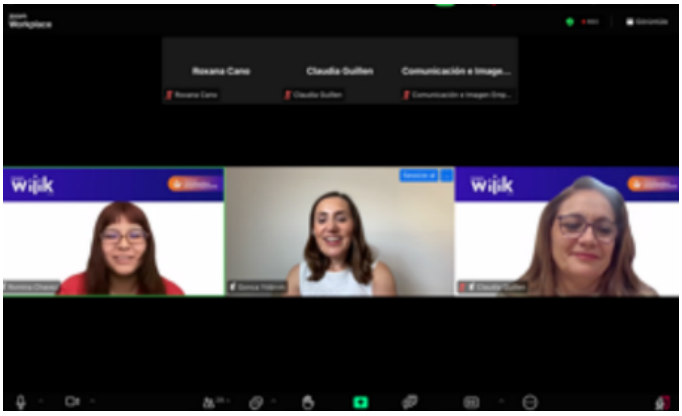


ULUSLARARASI FAALİYETLERİMİZ

QUANTUM BRANDING AND STORYTELLING

Reklamcılık Bölüm Başkanı Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas-UPC Facultad de Comunicaciones tarafından 15-17 Haziran tarihlerinde düzenlenen Comunicación e Imagen Empresarial konferanslarına "Quantum Branding and Storytelling" başlıklı sunumu ile konuşmacı olarak katıldı.





ULUSLARARASI WEBINAR

Uluslararası Webinarlar Serisi - II kapsamında, Miguel Hernandez University of Elche'den Prof. Dr. Laura Cortes Selva'nın sunumu ve Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge'nin moderatörlüğüyle "Visual Storytelling in Cinema" temalı bir etkinlik gerçekleştirildi. Etkinlikte İletişim Fakültesi öğretim elemanlarımız hazır bulundu.



İŞ BİRLİKLERİMİZ

2025-2026 EĞİTİM ÖĞRETİM YILI

REKLAMCILIK BÖLÜMÜ OLARAK BU YIL TOPLAM

12

İş Birliği

Gerçekleştirdik!



MARMARA PARK

campfire İSTANBUL

WE ON THE GO

brandfocus

Difaş

TÜRKİYE KURUMSAL SORUMLULUK DERNEĞİ

Ser design

ECE Türkiye

molped

İZOCAM

HYUNDAI

Reklamcılık Eğitiminin Vazgeçilmez Parçası: Sektör İş Birlikleri

Reklamcılık Bölümü olarak 2025-2026 eğitim yılında, öğrencilerimizi sektörle buluşturan güçlü iş birliklerine imza attık. Gerçek briefler, gerçek markalar ve gerçek deneyimlerle şekillenen bu projeler; öğrencilerimize yalnızca ders içeriğini değil, yarının profesyonel dünyasını da yakından tanıma fırsatı sundu.

Yıl boyunca yürütülen iş birlikleri sayesinde öğrencilerimiz, yalnızca yaratıcı fikirler geliştirmeyi değil, bu fikirleri etkili bir şekilde sunmayı, ekip içinde uyumlu çalışmayı ve geri bildirimler ışığında projelerini geliştirmeyi deneyimlediler.

İş Birliklerimiz

Bitirme Projesi: Marmara Park AVM

İstanbul Aydın Üniversitesi Reklamcılık Bölümü olarak her yıl farklı marka ile gerçekleştirdiğimiz Bitirme Projesi dersi kapsamında, 2025–2026 eğitim-öğretim yılında Marmara Park AVM ile önemli bir iş birliği gerçekleştirdik.

Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge moderatörlüğünde gerçekleşen sunumlarda; ECE Türkiye'den Selma Birinci, Ceyda Uzar ve Nisan Ergün ile Campfire Istanbul'dan Yiğit Ayvazoğlu, Kaan Ozcan ve Yasemin Erginbilgiç ögrencilerimizin projelerini değerlendirerek değerli görüş ve önerilerini paylaştılar.

Gerçek bir marka briefi doğrultusunda hazırlanan projeler; stratejik yaklaşım, yaratıcılık, uygulanabılirlik ve marka uyumu kriterleri doğrultusunda incelendi. Oğrencilerimiz hem projelerini sektör profesyonellerine sunma hem de doğrudan geri bildirim alma deneyimi yaşama imkanı buldular.



İş Birliklerimiz

Molped ve Türkiye Kurumsal Sorumluluk Derneği (TKSD)& Reklam Atölyesi İş Birliği

Reklamcılık Bölüm Başkanımız Doç. Dr. Gonca Yıldırım'ın yürüttügü Reklam Atölyesi dersi kapsamında ögrencilerimiz, iki büyük iş birligiyle saha deneyimi kazandılar.

Molped ve Türkiye Kurumsal Sorumluluk Derneği (TKSD) için kampanya briefleri üzerinde çalışan öğrencilerimiz, projelerini sektörün önde gelen isimlerine sundular. Molped sunumlarında HUMANS UNLIMITED Strateji Başkanı Berkay Başer ve Molped Marka Müdürü Bahar Altıntaş'ın, TKSD sunumlarında ise TKSD Başkanı Nuran Aksu'nun katılımıyla gerçekleşen derslerde, profesyonel nitelikte hazırlanan kampanyalar büyük beğeni topladı.

Bu süreçte öğrenciler; ekip çalışması, müşteri odaklı düşünme, yaratıcılığı projeye entegre etme ve etkili sunum becerileri gibi sektörün temel dinamiklerini birebir deneyimledi. Ayrıca, ajans mantığıyla çalışma, strateji geliştirme ve marka beklentilerini anlama konularında profesyonel bir bakış açısı kazandı.





İş Birliklerimiz

Difaş

Reklamcılık Bölümü Öğrencilerinden Difaş İşbirliğiyle İki Ayrı Proje Sunumu

Reklamcılık Bölümü öğrencileri, Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge yürütücülüğünde Difaş ile iş birliği kapsamında iki ayrı proje sunumu gerçekleştirdi.

3.sınıf öğrencileri, Reklam ve Halkla İlişkiler dersi kapsamında Difaş'ın "PROCLINIC Kürdanlı Diş İpi" ürün ailesi için 360 derece iletişim kampanyası geliştirdi. 8 grup halinde hazırlanan projeler, 10 Haziran Çarşamba günü jüriye sunuldu.

2.sınıf öğrencilerinin Halkla İlişkiler dersi kapsamındaki proje sunumları ise 11 Haziran Perşembe günü Microsoft Teams üzerinden çevrim içi olarak gerçekleştirildi.

Her iki sunumda da jüri; Difaş Genel Müdürü Yalçın Kaynak, Difaş Pazarlama Müdürü Savaş Ceneviz, WeOnTheGo Kurucusu ve Tasarımcısı Ayhan Güler ile Brandfocus Ajans Başkan Yardımcısı Demet Telkeş'ten oluştu ve öğrencilere yapıcı geri bildirimlerde bulundu. Difaş ayrıca öğrencilere çeşitli hediyeler takdim etti.

Bu çalışmalar sayesinde öğrencilerimiz, fikir üretmenin yanı sıra sunma, savunma ve geliştirme süreçlerinde de aktif rol alma fırsatı buldu.





İş Birliklerimiz

“İZOCAM” ile Reklam Kampanyası İş Birliği

Reklamcılık Bölümü 3.sınıf öğrencileri, Reklamda Yaratıcılık Ve Yaratıcı Stratejiler dersi kapsamında “ İZOCAM ” markasıyla iş birliği gerçekleştirdi. Ders, Öğr. Gör. Doğu Göçük yürütücülüğünde ve Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge koordinatörlüğünde ilerledi.

Süreç boyunca Koop Agency Kurucu Ortağı Dogu Göçük'ün akademik ve sektörel deneyimiyle yürütülen derste, İzocam'ı temsilen briefi paylaşan ve sunumları dinleyerek değerlendirmelerde bulunan Koop Agency Stratejisti Can Akın, projelere stratejik katkılarıyla değer kattı. Gerçek bir marka brief'i üzerinden geliştirilen bu çalışmalar, strateji ve yaratıcılığın güçlü bir birleşimini ortaya koydu.

Öğrencilerimiz İzocam markasından aldıkları brief doğrultusunda hazırladıkları reklam kampanyası projelerini başarıyla sundular.



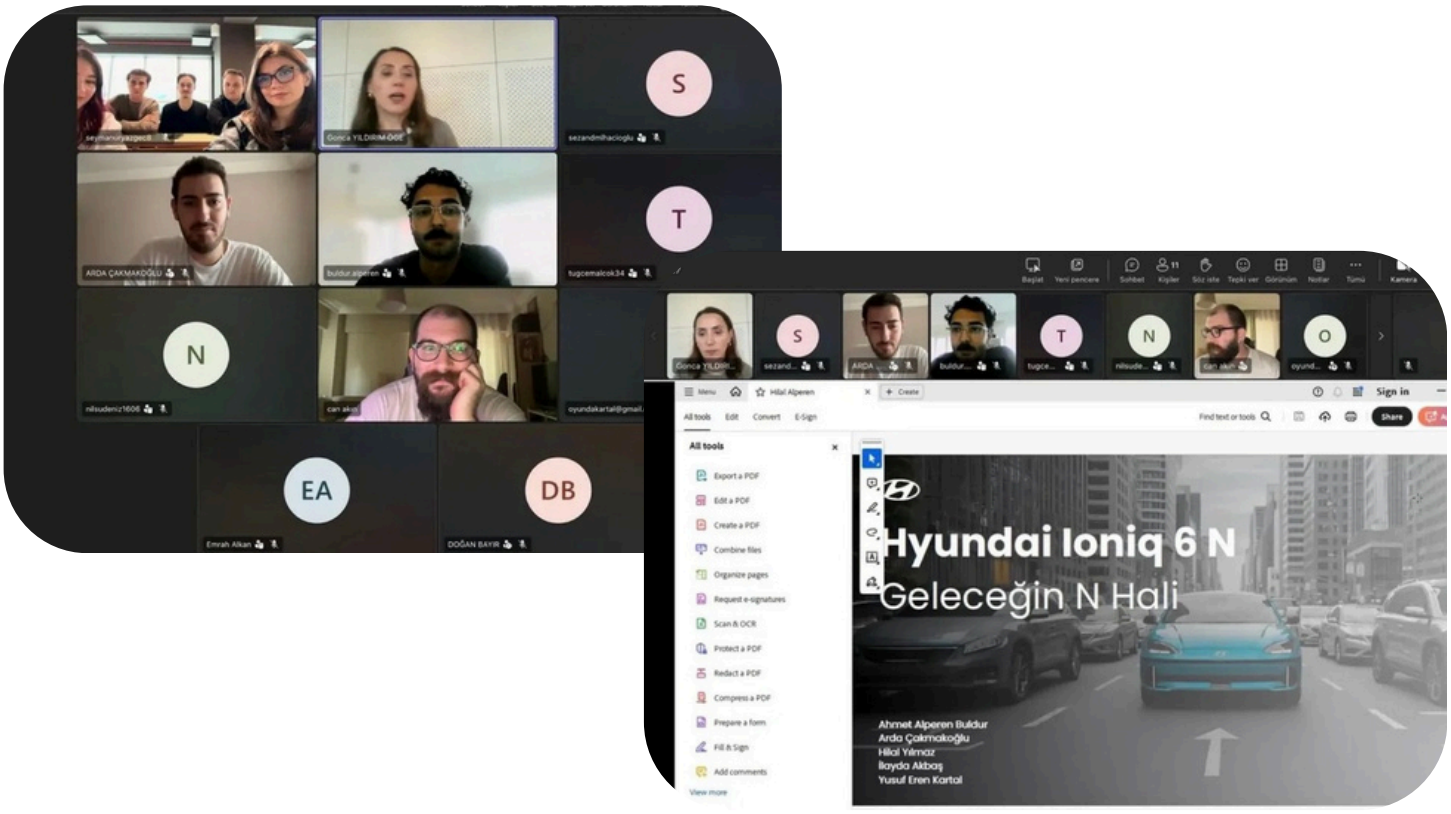
İş Birliklerimiz

Serdesin Reklam Ajansı & Reklam Atölyesi İş Birliği

Reklamcılık Bölüm Başkanımız Doç. Dr. Gonca Yıldırım'ın yürüttügü Reklam Atölyesi dersi kapsamında 4.sınıf ögrencilerimiz, Serdesin Reklam Ajansı'ndan Hyundai ve CKM Sinema için aldıkları brief doğrultusunda hazırladıkları kampanya fikirlerini sundu.

Stratejist Can Akin'a gerçekleştirdikleri sunumlarda yaratıcı fikirlerini ve stratejik bakış açılarını paylaştı. Bu süreçte öğrenciler, gerçek bir marka deneyimi yaşayarak profesyonel sunum becerilerini geliştirme fırsatı buldu.

Öğrenciler; ekip çalışması, müşteri odaklı düşünme, yaratıcılığı projeye entegre etme ve etkili sunum becerileri gibi sektörün temel dinamiklerini birebir deneyimledi. Ayrıca, ajans mantığıyla çalışma, strateji geliştirme ve marka beklentilerini anlama konularında profesyonel bir bakış açısı kazandı.

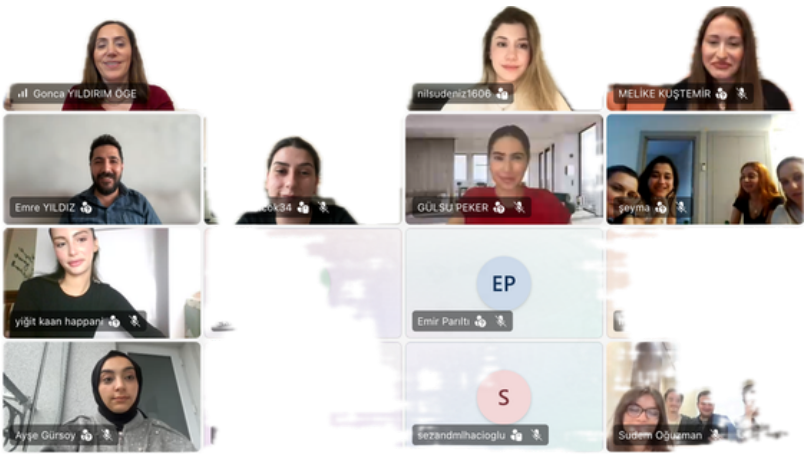


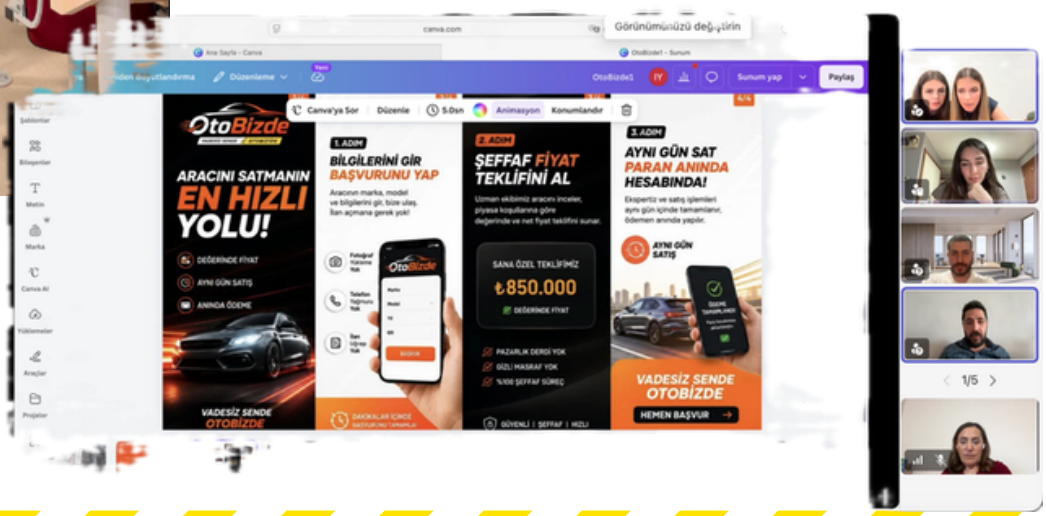
İş Birliklerimiz

Com Digital & Reklam Atölyesi İş Birliği

İstanbul Aydın Üniversitesi Reklam Atölyesi olarak, Com Digital işbirliğiyle gerçekleştirdiğimiz konferansta öğrencilerimizi geleceğin dijital dünyasıyla buluşturmanın gururunu yaşadık.
"Vizyonu Ürüne Dönüştürüyoruz" mottosuyla sahne alan Mustafa Onur Coşkun, Oğuzhan Ahmet Coşkun ve Mehmed Emre Yildiz; tasarımın veriye dayalı bir stratejiye dönüşümünü, CRO süreçlerini ve başarılı SaaS çözümlerinin arka planını güncel vaka analizleriyle öğrencilerimizle paylaştı. Etkinliğin en heyecan verici anlarından biri de, genç yetenekleri sektöre kazandırmayı hedefleyen Competition '26 yarışmasının atölyemizden duyurulması oldu.







ÜNİVERSİTE İÇİ ETKİNLİKLERİMİZ

2025-2026 EĞİTİM ÖĞRETİM YILI

BU YIL TOPLAM

20

ETKİNLİK

DÜZENLEDİK!



Güçlü İletişim Ağı, Başarılı Bir Kariyer!

Üniversite içi etkinlikler, atölye bünyesinde ayrı bir birim tarafından organize edilmektedir. Öğrenciler, konukların davet edilmesi ve ağırlanması, etkinliğin planlanması ve yürütülmesi gibi süreçlerde görev alarak koordineli bir şekilde çalışmaktadır. İAÜ Reklam Atölyesi'nin temel hedefi, sektör profesyonelleri ile öğrenciler arasında güçlü bir iletişim ağı oluşturmaktır. Bu ağ, öğrencilerin hedefleri doğrultusunda staj imkânlarına ulaşmalarını ve mezuniyet sonrasında sektöre hızlı bir giriş yapmalarını sağlamaktadır.

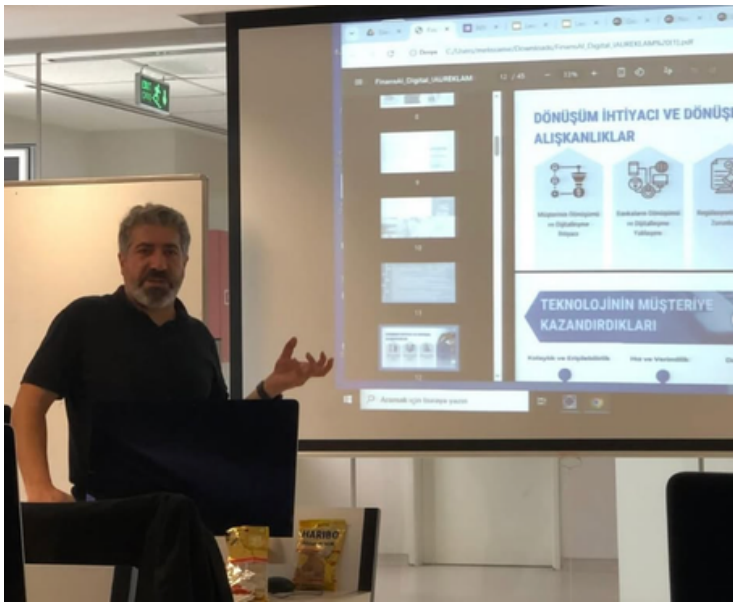
Etkinlik organizasyonları, öğrencilerin derslerde edindikleri bilgileri uygulama alanına aktarmalarına ve farklı deneyimlerle kendilerini geliştirmelerine olanak tanımaktadır.

Bu yıl da 20 farklı etkinlikte öğrencilerimiz öğrendiklerini pratikte gösterme ve network geliştirme imkanı buldu. Bültenin bu bölümünde konuklarımızı ve gerçekleşen etkinliklerin ayrıntılarını bulabilirsiniz.

Prompt Dynamics: Finansal İletişimde Yapay Zekâ Dönemi

Reklam Üzerine Konuşmalar serisi kapsamında gerçekleştirilen etkinlikte, Yapay Zekâ ve Teknoloji Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Cihan Sarı öğrencilerle bir araya geldi. Öğr. Gör. Melis Eryiğit Samir moderatörlüğünde düzenlenen etkinlikte, finans dünyasında dijitalleşme süreci ve yapay zekânın sektöre kazandırdığı yenilikler ele alındı. Etkinlik boyunca öğrenciler, finans ve teknoloji alanındaki güncel gelişmeleri yakından takip etme, yapay zekânın sektör üzerindeki etkilerini değerlendirme ve alanında uzman bir isimle bilgi alışverişinde bulunma fırsatı elde etti.







Yazarlık ve Sosyal Medyada İçerik Oluşturma Atölyesi

Reklam Üzerine Konuşmalar serisi kapsamında, Dr. Öğr. Üyesi Cem Gülcan tarafından **Metin Yazarlığı Atölyesi**, Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran tarafından ise **Sosyal Medyada İçerik Üretimi** Atölyesi gerçekleştirildi.

Atölye çalışmalarında öğrenciler, metin yazarlığının temel noktaları ile etkili içerik üretim süreçlerine ilişkin değerli bilgiler edindi. Öğrenciler, yaratıcı yazarlık, dijital içerik üretimi ve sosyal medya iletişimi alanlarında bilgi ve becerilerini geliştirme fırsatı buldu.











Etkileşimli İçerik ve Rehberli Satış

Reklam Üzerine Konuşmalar serisi bünyesinde gerçekleştirilen etkinlikte, Öğr. Gör. Cem Arıdağ moderatörlüğünde Poltio Kurucusu ve CEO'su Ahmet Tosun öğrencilerle bir araya geldi. Etkinlikte, markaların yapay zekâ teknolojilerine yönelik yaklaşımları ve bu alandaki dönüşüm süreçleri ele alınırken, yapay zekâ kullanımına ilişkin güncel veriler ve grafikler katılımcılarla paylaşıldı. Markaların yapay zekâ teknolojilerine yönelimleri üzerine gerçekleştirilen değerlendirmeler, öğrencilerin sektörün dijital dönüşümünü farklı yönleriyle analiz etmelerine katkı sağladı.

İnteraktif olarak gerçekleştirilen etkinlikte öğrenciler, Poltio tarafından hazırlanan yapay zekâ anketine katılarak görüşlerini paylaştı ve veri odaklı araştırma süreçlerini deneyimleme fırsatı buldu. Etkinlik, yapay zekânın pazarlama ve reklamcılık alanındaki etkilerine ilişkin güncel bir bakış açısı sunarak öğrencilerin mesleki gelişimlerine katkı sağladı.







SEO ve Dijital Reklamcılık

Reklam Üzerine Konuşmalar serisi doğrultusunda gerçekleştirilen etkinlikte, Öğr. Gör. Cem Arıdağ moderatörlüğünde **Dijital Pazarlama Direktörü** Emir Bilal Özkan öğrencilerle bir araya geldi.

Etkinlikte, dijital pazarlama alanındaki güncel uygulamalar, performans odaklı iletişim stratejileri ve Meta reklam süreçleri ele alındı. Dijital reklamcılık ekosistemindeki güncel yaklaşımlar ve sektördeki uygulamalar katılımcılarla paylaşılırken, başarılı kampanya yönetiminde dikkat edilmesi gereken temel unsurlar değerlendirildi. Etkinlik boyunca öğrenciler, dijital pazarlama alanındaki güncel trendleri ve Meta reklamcılığına ilişkin temel stratejileri alanında uzman bir isimden dinleme fırsatı buldu.







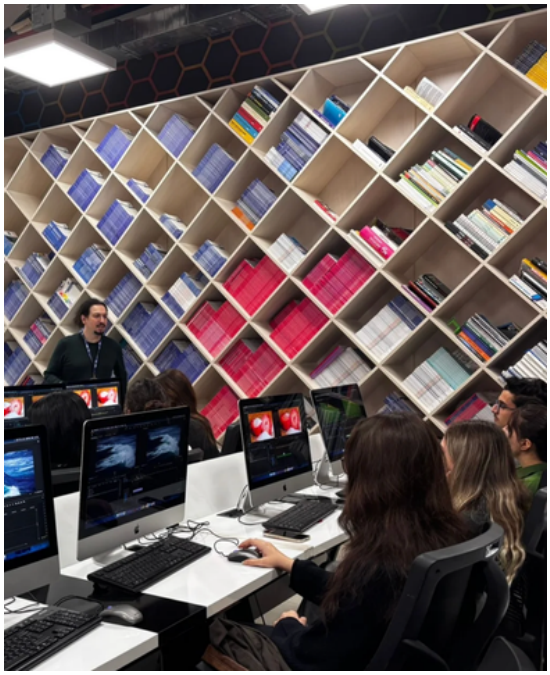
Temel Kurgu Atölyesi

Dr. Öğr. Üyesi Semih Ellialtı tarafından Reklam Atölyesi YouTube ekibinin kurgu birimine yönelik **Temel Kurgu Atölyesi** gerçekleştirildi. ki oturumdan oluşan atölye programında öğrenciler, video kurgusunun temel prensiplerini öğrenirken, kurgu süreçlerinde kullanılan teknikler ve uygulama yöntemleri hakkında teknik bilgiler edindi. Uygulamalı çalışmalar sayesinde öğrenciler, teorik bilgilerini pratiğe dönüştürme ve kurgu becerilerini geliştirme fırsatı buldu.









Reklam ve Teknoloji

Reklam Üzerine Konuşmalar serisi bünyesinde gerçekleştirilen etkinlikte, Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öğe moderatörlüğünde DifferentGuys Co-Founder ve Creative Director'ü Yılmaz Erman Anıt öğrencilerle bir araya geldi. reklam projelerinin yaratıcı ve yapım süreçleri sektör deneyimleri üzerinden ele alınırken, yapay zekâ teknolojilerinin reklamcılık alanındaki kullanım biçimleri ve gelecekte yaratacağı dönüşüm değerlendirildi. Öğrenciler, yaratıcı süreçlerde teknolojinin sunduğu olanaklar ve sektörün değişen dinamikleri hakkında kapsamlı bilgiler edinme fırsatı buldu.





Ajans Dünyasına Giriş: Kaos, Kahve ve Çok İyi Fikirler

Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öğe moderatörlüğünde CampFire İstanbul **Founder & Creative Director'ü** Yiğit Ayvazoğlu öğrencilerle bir araya geldi. Etkinlikte, reklam ajanslarının organizasyon yapısı, yaratıcı süreçleri ve çalışma dinamikleri sektör deneyimleri ışığında ele alındı. **Yiğit Ayvazoğlu**, ajansların işleyişine ilişkin deneyimlerini paylaşırken, reklam projelerinin geliştirilme süreçleri ve yaratıcı ekiplerin çalışma biçimleri hakkında öğrencileri bilgilendirdi.







Gürültü Çağında Dikkat Savaşı

Reklam Üzerine Konuşmalar serisi kapsamında gerçekleştirilen etkinlikte, Öğr. Gör. Cem Arıdağ moderatörlüğünde Poddict ve Kodluyoruz Kurucu Ortağı Aykut İbrişim öğrencilerle bir araya geldi. **"Gürültü Çağında Dikkat Savaşı"** başlıklı söyleşide, dijital çağda değişen tüketici davranışları, dikkat ekonomisi ve markaların hedef kitleleriyle etkili iletişim kurma stratejileri ele alındı. İçerik üretimi ve dijital platformların iletişim üzerindeki etkileri, güncel örnekler üzerinden katılımcılarla paylaşıldı.



Marka İhtiyacından Yaratıcı Çözüme: Reklam Brief'leri



Reklam Kampanyaları ve Planlama dersi kapsamında Boyner Marka Yönetimi ve İletişim Yöneticisi Ayberk Toprak öğrencilerle bir araya geldi. Etkinlikte, gerçek bir marka briefi üzerinden kampanya geliştirme süreci, stratejik planlama yaklaşımları ve reklam sektöründeki uygulamalar ele alındı. Ayberk Toprak, sektör deneyimlerini paylaşarak kampanya kurgusunun temel aşamalarını ve stratejik karar alma süreçlerini öğrencilerle değerlendirdi.





Sürdürülebilir Gelecek: Üniversite Buluşmaları



Reklam Üzerine Konuşmalar serisi kapsamında düzenlenen etkinliğimizde, UNITE Edelman Creative Strategy Lead & VP Cem Arıdağ ile Lenzing Fibers Nonwovens Global Head of Marketing & Branding Miray Acar öğrencilerle bir araya geldi. Etkinlikte, **sürdürülebilirlik** odağında marka stratejileri, yaratıcı iletişim yaklaşımları ve kurumsal sürdürülebilirlik uygulamaları ele alındı. Konuklar, farklı sektörlerden edindikleri deneyimleri paylaşarak sürdürülebilirliğin **marka yönetimi** ve iletişim süreçlerindeki rolüne ilişkin güncel değerlendirmelerde bulundu.





Hedef Kitle'nin İzini Sürme Sanatı

Reklam Üzerine Konuşmalar serisi kapsamında gerçekleştirilen etkinlikte, Dr. Öğr. Üyesi Cem Gülcan moderatörlüğünde Publicis Groupe Türkiye Strateji Direktörü Bihter Öngel öğrencilerle bir araya geldi. **"Hedef Kitlenin İzini Sürme Sanatı"** başlıklı söyleşide, hedef kitle analizinin reklam stratejilerindeki önemi, tüketici içgörüsü geliştirme süreçleri ve medya planlamasının temel dinamikleri ele alındı. Sektörden örneklerle desteklenen etkinlikte, stratejik planlama süreçlerinin reklam kampanyalarının başarısındaki rolü öğrencilerle paylaşıldı.





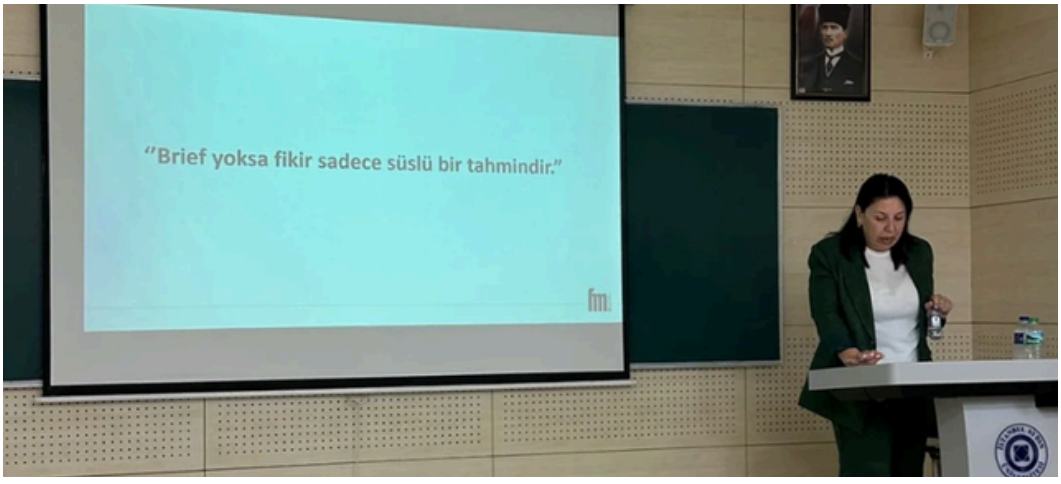


Fikirden Deneyime: Etkinlik Tasarımı

Reklam Üzerine Konuşmalar serisi bünyesinde gerçekleştirilen etkinlikte, Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öğe moderatörlüğünde **FM İletişim Danışmanlığı** Kurucu Ortağı Meltem Turgan öğrencilerle bir araya geldi. Söyleşide, halkla ilişkiler çalışmaları kapsamında etkinlik tasarımı ve yönetim süreçleri ele alınırken, etkili etkinlik planlamasında dikkat edilmesi gereken temel unsurlar sektör deneyimleri ışığında değerlendirildi. Meltem Turgan, başarılı etkinliklerin planlama aşamalarından uygulama süreçlerine kadar izlenen yöntemleri ve iletişim stratejilerini öğrencilerle paylaştı.



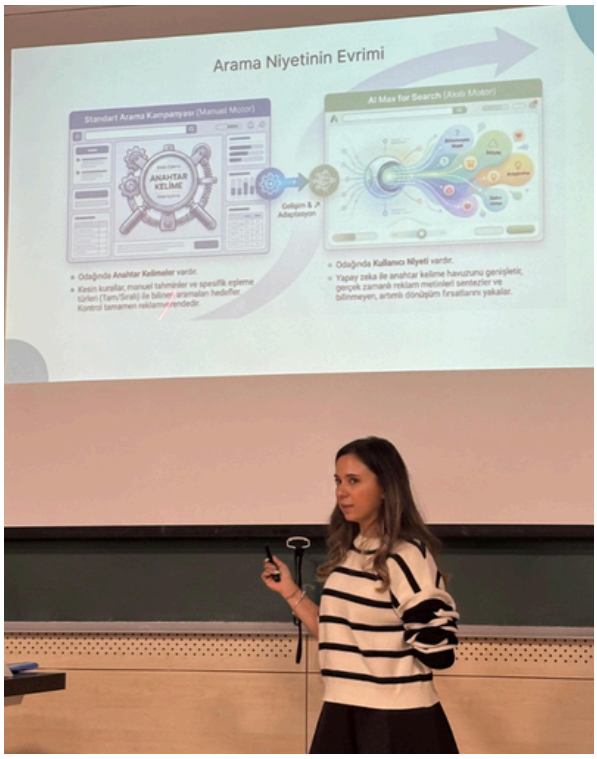




Arama Motoru Reklamcılığı 101

Reklam Kampanyaları ve Planlama dersi bünyesinde gerçekleştirilen etkinlikte, Dr. Öğr. Üyesi Cem Gülcan moderatörlüğünde **MediaMarkt** Pazarlama Yöneticisi Bige Tümöz öğrencilerle bir araya geldi. Etkinlikte, dijital pazarlamanın önemli bileşenlerinden biri olan **arama motoru reklamcılığı (SEM)** kapsamlı bir şekilde ele alındı. Bige Tümöz, gerçek kampanya örnekleri üzerinden SEM stratejilerinin oluşturulma süreçlerini, doğru hedef kitleye ulaşmada kullanılan yöntemleri ve performans ölçümüne ilişkin temel yaklaşımları öğrencilerle paylaştı. İnteraktif olarak gerçekleştirilen oturumda öğrenciler, yönelttikleri sorular ve yürütülen değerlendirmelerle sektörel uygulamaları yakından inceleme fırsatı buldu. Öğrencilerin teorik bilgilerini gerçek vaka örnekleriyle pekiştirmelerine ve dijital reklamcılık alanındaki güncel uygulamalara ilişkin kapsamlı bir bakış açısı kazanmalarına katkı sağladı.





Yapay Zekanın Pazarlama İletişimindeki Dönüştürücü Rolü ve Stratejik Yaklaşımlar

Reklam Üzerine Konuşmalar serisi kapsamında gerçekleştirilen etkinlikte, Öğr. Gör. Dr. Keziban Saki Yaltırak moderatörlüğünde Teknoloji ve Yapay Zekâ Danışmanı Erkan Ceran öğrencilerle bir araya geldi. etkinlikte, yapay zekânın pazarlama iletişimindeki dönüştürücü etkisi, stratejik kullanım alanları ve iletişim sektörüne sunduğu yenilikler ele alındı. Dijital dönüşüm sürecinde yapay zekâ teknolojilerinin marka iletişimi, içerik üretimi ve pazarlama stratejilerindeki rolü güncel örnekler üzerinden değerlendirildi.



Denizkızı’nın Deniz Altı Günlükleri

Sosyal Sorumluluk Kampanyaları ve Reklam dersi kapsamında düzenlenen etkinlikte, **Deniz Kızı Akademi** Kurucusu Melike Esra Karayel öğrencilerle bir araya geldi. Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran moderatörlüğünde gerçekleştirilen söyleşide, denizlerin korunmasına yönelik farkındalık çalışmaları ve sosyal sorumluluk iletişimi ele alındı. Su kirliliği ve Türkiye'nin denizlerindeki **kültürel atık profili** üzerine değerlendirmeler yapılırken, çevresel sürdürülebilirlik konusunda bireysel ve toplumsal sorumluluğun önemi vurgulandı. Sosyal sorumluluk kampanyalarının iletişimdeki rolü ve farkındalık oluşturmadaki etkisi, güncel örnekler üzerinden öğrencilerle paylaşıldı. Öğrencilerin çevre odaklı iletişim çalışmaları ve sosyal sorumluluk kampanyalarına ilişkin farkındalıklarını artırırken, sürdürülebilirlik ve toplumsal duyarlılık konularını **reklamcılık perspektifinden** değerlendirmelerine katkı sağladı.





Mezun Buluşmaları:
Bir Marka ve Ajansın Yolculuğu

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi **Mezunlar Komisyonu** çalışmaları kapsamında düzenlenen Mezun Buluşmaları etkinliğinde, **"Bir Marka ve Ajansın Yolculuğu"** başlıklı söyleşi gerçekleştirildi. Reklamcılık Bölümü Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran'ın moderatörlüğünde gerçekleşen etkinlikte, **Çözüm/TBWA İstanbul'da** Social Media Manager olarak görev yapan Reklamcılık Bölümü mezunu Zeynep Aydın öğrencilerle bir araya geldi. Söyleşide, marka ve ajans arasındaki iş birliği süreçleri, sosyal medya yönetiminin dinamikleri ve reklamcılık sektörünün güncel yapısı ele alındı. Zeynep Aydın, kariyer yolculuğundan örnekler paylaşırken, sektörde karşılaşılan krizlerin yönetimi ve sosyal medya kriz iletişimine ilişkin deneyimlerini öğrencilerle aktardı.







GÜL-GEÇ Karikatür Sergisi

GÜL–GEÇ Karikatür Sergisi, sanatçı Sevda Deniz Anıl'ın karikatürlerinden oluşan seçkisiyle 23 Aralık 2025 tarihinde İstanbul Aydın Üniversitesi Galeri Aydın'da açıldı.

Sergi, mizahın güldürürken düşündüren yönünü; gündelik hayat ve toplumsal hafızayı gülmek–durmak–geçmek ekseninde ele alıyor. Küratörlüğünü İAÜ Reklamcılık Bölümü **Arş. Gör. A. Ayşenur Çelimli Akgül** ve Arş. Gör. Oğuzhan Altunkurt üstlendi.

Açılışa katılan Rektör Danışmanı Prof. Dr. Füsun Terzioğlu'na; ayrıca karikatür sanatının duayeni Tan Oral, Elif Aydoğdu Oral katıldı.





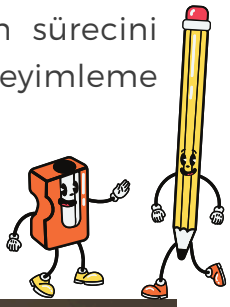


GÜL-GEÇ Karikatür Atölyesi



Sanatçı Sevda Deniz Anıl'ın anlatımıyla, GÜL–GEÇ Karikatür Sergisi kapsamında 23 Aralık 2025 tarihinde, İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından İAÜ TEKMER Ofisi'nde düzenlenen karikatür atölyesinde öğrencilerimiz ve akademisyenlerimiz bir araya geldi.

Mizahın iletişimsel ve sanatsal boyutlarının ele alındığı atölye çalışmasında, katılımcılar karikatürün anlatım gücünü ve üretim sürecini uygulamalı olarak deneyimleme imkânı buldu.





4. Uluslararası İletişim, Dijitalleşme ve Toplum Sempozyumu

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından, Zagreb School of Business ve Mykolas Romeris University iş birliğiyle düzenlenen **4. Uluslararası İletişim, Dijitalleşme ve Toplum Sempozyumu (ICDS)**, **"Demokrasiden Enfokrasiye: Optimize Toplumda Hakikat"** temasıyla 28–30 Nisan 2026 tarihleri arasında hibrit formatta başarıyla gerçekleştirildi. Üç gün süren sempozyumun açılış konuşmaları, **Sussex Üniversitesi'nden** Prof. Pollyanna Ruiz, **Elmhurst Üniversitesi'nden** Dr. Douglas Giles ve **İstanbul Bilgi Üniversitesi'nden** Prof. Dr. Erkan Saka tarafından gerçekleştirildi. Akademisyenler, araştırmacılar ve öğrencilerin yoğun katılım gösterdiği etkinlikte, dijitalleşmenin toplumsal yapılar üzerindeki etkileri, hakikat kavramının dönüşümü, demokrasi, medya ve iletişim alanındaki güncel gelişmeler farklı disiplinlerden yaklaşımlarla ele alındı. **Ulusal ve uluslararası** katılımcıları bir araya getiren sempozyum, akademik bilgi paylaşımını destekleyen oturumları ve disiplinlerarası tartışma ortamıyla iletişim alanındaki güncel çalışmalara önemli katkılar sundu. Etkinlik, İstanbul Aydın Üniversitesi **İletişim Fakültesi'nin** uluslararası akademik iş birliklerini güçlendiren ve iletişim alanındaki **bilimsel üretimi** destekleyen önemli organizasyonlarından biri olarak başarıyla tamamlandı.









İstanbul Aydın Üniversitesi 18. İletişim Ödülleri

18. İletişim Ödülleri, 17 Nisan Perşembe günü gerçekleştirilen törenle sahiplerini buldu. Birçok tanınmış ismin katılımıyla yoğun ilgi gördü.bu yıl da iletişim dünyasına değer katan isimleri onurlandırdı. Reklam Atölyesi öğrencileri de etkinlikte aktif görev aldı. Gerçekleştirilen organizasyon, akademi ve sektör temsilcilerini bir araya getirdi. Etkinlik, öğrencilere büyük ölçekli bir ödül töreninin planlama, akış yönetimi ve sahne koordinasyonu süreçlerini deneyimleme fırsatı sundu.







ÜNİVERSİTE DIŞI ETKİNLİKLERİMİZ

2025-2026 EĞİTİM ÖĞRETİM YILI

İAÜ REKLAM ATÖLYESİ OLARAK BU YIL

9

SOSYAL ETKİNLİĞE KATILDIK!



Aktif Öğrencilik, Parlak Bir GELECEK!

Üniversite dışı etkinlikler, İAÜ Reklam Atölyesi bünyesinde ayrı bir birim tarafından organize edilmektedir. Koordinatörlüğünü Hazal Bingöl'ün üstlendiği dış etkinlikler, zaman, mekân ve katılımcı planlaması süreçleriyle öğrencilere gelecekteki büyük çaplı organizasyonlar için deneyim kazandırmaktadır. Bu birimde görev alan öğrenciler; etkinliklerin takibi ve katılımını sağlamak, aylık ve haftalık raporlar hazırlamak, sosyal medya hesapları için düzenli içerik üretmek gibi sorumluluklar üstlenmektedir.

Çalışmalar, öğrencilerin genel kültür ve yaratıcılıklarını geliştirmelerine, ekip içinde koordineli bir şekilde çalışarak organizasyon becerilerini güçlendirmelerine imkân tanımaktadır. Böylece öğrenciler, alanla ilgili tüm etkinliklerden en yüksek faydayı elde ederken, daha girişken ve aktif bireyler olarak yetişmektedir.

"Dış Etkinlikler" sayfalarında, bu kapsamda katılım sağlanan etkinliklerin ayrıntılarını bulabilirsiniz.

ADhere Reklamcılık Günleri

Bu yıl 19.'su düzenlenen ADhere Reklamcılık Günleri'nde öğrencilerimiz, sektörün önde gelen isimleriyle bir araya gelerek yaratıcı süreçleri, yeni trendleri ve insan içgörüsünün reklamcılıktaki önemini ele alan oturumlarda değerli bilgiler edindi. İlham verici konuşmalar, özel oturumlar ve networking fırsatlarıyla dolu geçen bu etkinlik, reklamcılık dünyasını keşfetmek isteyen öğrencilerimiz için harika bir deneyim oldu.









Brand Week İstanbul

12–14 Kasım tarihlerinde, KİD CommsCamp aracılığıyla BrandWeek 2025'e katılım hakkı kazanan öğrencilerimiz, genç profesyoneller ve sektör liderleriyle bir araya gelerek sektörü daha yakından tanıma, ilham alma ve yeni bağlantılar kurma fırsatı buldu. Bu yıl etkinliğin teması "Brand New World" olarak belirlendi. Yeni dünyanın kodlarını çözmek; değişen iş modelleri, teknoloji, kültür ve toplumsal dönüşüm üzerine düşünmek amacıyla oturumlar düzenlendi.Oturumlarda yapay zekâ ve insan–makine ilişkisi gibi konuların yanı sıra, markaların stratejilerinin ötesinde etik anlayışları, sorumlulukları, sosyal etkileri ve toplumsal katkıları da ele alındı. Bu sayede öğrencilerimiz, markaların ve sektörün geleceğine dair değerli bakış açıları edindi.







İstanbul Marketing Summit / Youth Day

Reklam Atölyesi öğrencileri Sudem Oğuzman, Sıla Aydemir ve Zehra Deniz olarak, İstanbul Marketing Summit ve Popeyes iş birliğiyle gerçekleştirilen etkinlikte yer alma fırsatı yakaladı. Hazırladığımız case çalışması ve yaptığımız sunumlar, bu unutulmaz deneyimin en değerli parçalarından biri oldu. Sektörün profesyonelleriyle bir araya gelmek bizler için oldukça ilham vericiydi.



Colors Of Marketing Etkinliği

Bu yıl 9–10 Aralık tarihlerinde gerçekleşen, pazarlama dünyasının en yaratıcı etkinliklerinden biri olan Colors of Marketing 2025'e davet edildik!

Öğrencilerimizle birlikte Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge ve Arş. Gör. A. Ayşenur Çelimli Akgül'ün de katılım gösterdiği bu etkinlikte; yapay zekânın insan ve medya üzerindeki etkisi, teknolojiyle dönüşen markalaşma, sosyal fayda ile anlam kazanan marka yaratımı ve reklamın perde arkasındaki süreçleri üzerine sunulan kapsamlı içeriklerle pazarlama dünyasını daha yakından tanıma fırsatı bulduk.









Zirve 23

İAÜ Reklam Atölyesi olarak Zirve 23 etkinliğinde yerimizi aldık. Bu yıl “Kendine Git” temasıyla düzenlenen etkinliğe, atölye koordinatörlerimiz Akın Uludağ ve Berfin Aze Ökten de katılım sağladı. İlham verici hikayeleri dinleyerek, yaratıcılığın kaynağına — kendilerine — gitme fırsatı bulduk.





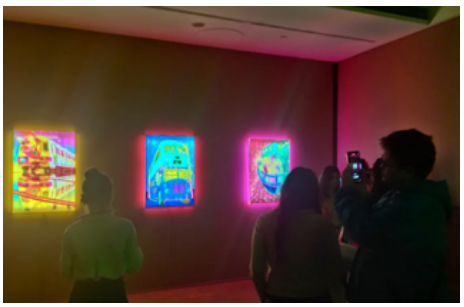


18. İstanbul Bienali

Reklam Atölyesi olarak İKSV tarafından düzenlenen 18. İstanbul Bienali'ndeydik. "Üç Ayaklı Kedi" teması etrafında şekillenen sergide, geçmişten günümüze süregelen savaş ve göç gibi zorlu konuların sanattaki yansımalarını inceledik. Toplumsal farkındalık temasının öne çıktığı bu sergi, öğrencilerimiz için ilham verici bir deneyim olurken yeni fikirler edinmelerine katkı sağladı.







38. Kristal Elma Yaratıcılık Festivali

İAÜ Reklam Atölyesi olarak 38. Kristal Elma Yaratıcılık Festivali'ne katıldık. Festival 15 Haziran 2026'da Hilton İstanbul Bosphorus'ta gerçekleşti. "Oyun Alanımız Yaratıcılık" temalı törende 9 Büyük Ödül ve yüzlerce Kristal, Gümüş ile Bronz Elma sahiplerini buldu. Reklamcılık Vakfı'nın davetlisi olarak katıldığımız festivalde oturumlara katıldık. Düzenlenen panellerde Hatice Girgin, Dr. Onur Fatih Yazıcıgil, Dr. Kerem Dündar , Kıvılcım Kocabıyık ve Rahman Altın konuşma yaptı.Festival alanını deneyimledik ve ödül törenini takip ettik. Reklam sektörünün farklı alanlarından isimleri dinleme ve sektöre dair güncel bakış açılarını yakından takip etme fırsatı bulduk.







Boğaziçi Marka Zirvesi

İAÜ Reklam Atölyesi öğrencileri, Boğaziçi Marka Zirvesine katılım sağladı. Sektör profesyonelleri ve akademisyenlerin bir araya geldiği etkinlikte, reklamcılığın güncel dinamikleri, yaratıcı süreçler ve kariyer planlama üzerine oturumlar gerçekleştirildi. Katılımcılar, sektördeki yeni trendleri yakından tanıma, yaratıcı fikir geliştirme yöntemlerini öğrenme ve profesyonellerle doğrudan iletişim kurma fırsatı buldu.









Marjinal Porter Novelli Ajans Ziyareti

Reklamcılık Bölümü Araştırma Görevlisi Elif İnceismail, Reklam ve Karikatür İsimli kitap bölümüne katkılarından dolayı 24 Ekim Cuma günü Ajans Başkanı Asuman Bayrak'a bir teşekkür ziyareti gerçekleştirdi. Ziyarete bu dönem Marjinal PN'de staj yapacak olan Reklam Atölyesi koordinatörlerinden Defne Demir eşlik etti.



YOUTUBE & SPOTIFY

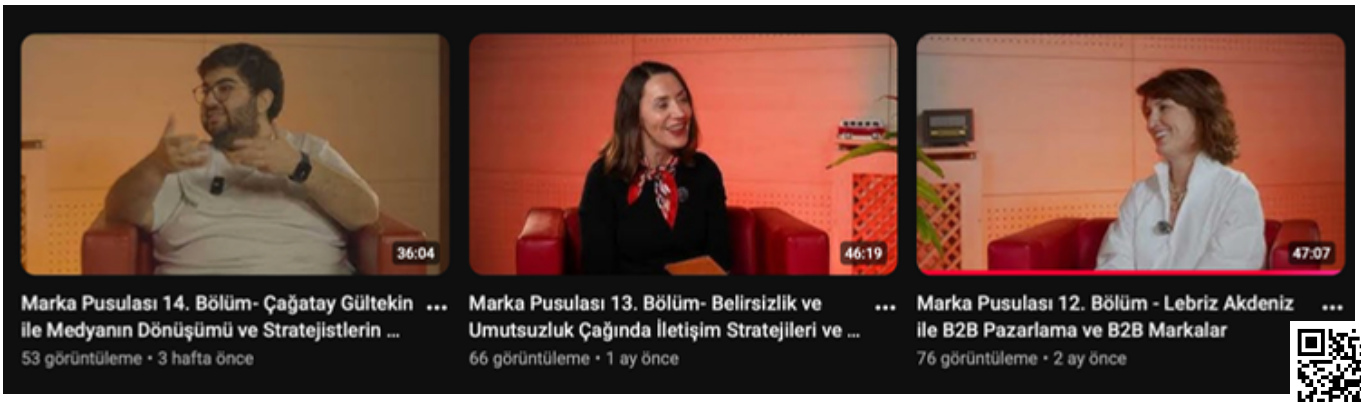
Marka Pusulası 14. Programını Geride Bıraktı!

İstanbul Aydın Üniversitesi (İAÜ) Reklamcılık Bölümü tarafından 2025 yılında hayata geçirilen Marka Pusulası içerik serisi, reklam ve pazarlama dünyasının güncel konularını sektör profesyonelleriyle buluşturmaya devam ediyor. Reklamcılık Bölüm Başkanı **Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öğe**'nin öncülüğü ve moderatörlüğünde, **Dr. Öğr. Üyesi Semih Ellialtı'**nın prodüksiyon ve kurgu danışmanlığında hazırlanan programda, her bölümde alanında uzman konuklarla marka iletişimi, pazarlama stratejileri, reklamcılık ve yaratıcı endüstrilere ilişkin güncel gelişmeler ele alınıyor.

Yayın hayatındaki ilk yılını tamamlayan ve 14. bölüme ulaşan Marka Pusulası, düzenli içerikleriyle Reklamcılık Bölümü'nün sektörel bilgi paylaşımına katkı sunarken; öğrencilere, mezunlara ve iletişim profesyonellerine ilham vermeyi sürdürüyor.

Programın tüm aşamalarında İAÜ Reklamcılık Bölümü öğrencileri aktif görev alarak prodüksiyon sürecinde uygulamalı deneyim kazanıyor. Çekimler, İAÜ Akustik Stüdyo'da Stüdyo Şefi ve Proje Çekim Koordinatörü **Olgun Albayrak** ile Yardımcı Yönetmen **M. Baran Usneker**'in teknik koordinasyonunda gerçekleştiriliyor. Prodüksiyon ekibinde kameraman olarak **Oğuzhan Biter, Efe Demirok** ve **Kamil Efe Zeki Yazıcı**; kurgu yapım asistanı olarak ise **Akın Uludağ**; **Berfin Aze Ökten** ve **Marziye Tutar** görev alıyor.

Serinin son bölümlerinde **Lebriz Akdeniz** ile B2B pazarlama dinamikleri, **Cem Arıdağ** ile kriz dönemlerinde markaların güven arabulucusu rolü, **Çağatay Gültekin** ile ise medyanın dönüşümü ve stratejistlerin değişen rolleri üzerine söyleşiler gerçekleştirildi. Marka Pusulası yayınları, İAÜ YouTube kanalı ile Spotify'daki Marka Pusulası hesabından takip edilebiliyor.



Aydın Film Atölyesi İlk Yılını Tamamladı Dünya Sineması Film Gösterimleri ve Masterclass Serisi Yeni Döneme Hazırlanıyor

İstanbul Aydın Üniversitesi Reklamcılık Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Semih Ellialtı'nın kuruculuğunu üstlendiği İAÜ Aydın Film Atölyesi tarafından düzenlenen Dünya Sineması Film Gösterimleri, 22 Aralık 2025 tarihinde başlayan ilk gösterimiyle sinemaseverleri dünya sinemasının seçkin örnekleriyle buluşturmaya başladı. Yıl boyunca düzenli olarak gerçekleştirilen etkinliklerde farklı ülkelerden seçilen 9 film gösterime sunulurken, her gösterimin ardından gerçekleştirilen söyleşilerde filmler sinema dili, tarihsel bağlamı ve felsefi boyutlarıyla değerlendirildi.

Aydın Film Atölyesi Masterclass eğitimleri kapsamında, görüntü yönetmeni **Ahmed Hamdi Eren**'in "Kısa Filmde Görüntü Yönetmenliği" başlıklı ustalık sınıfı başarıyla gerçekleştirildi.

Gösterim serisi, katılımcılara dünya sinemasını akademik bir tartışma ortamında değerlendirme imkânı sunarken, Masterclass eğitimleri de uygulamalı öğrenme sürecine katkı sağladı. Dünya Sineması Film Gösterimleri ve Masterclass etkinlikleri, yeni dönemde de film gösterimleri, söyleşiler ve ustalık sınıflarıyla devam edecek.







Reklam Atölyesi Blog Serisi Büyümeye Devam Ediyor

İstanbul Aydın Üniversitesi Reklamcılık Bölümü öğrencileri, Reklam Atölyesi bünyesinde hazırladıkları blog yazılarıyla reklamcılık, pazarlama, marka iletişimi, dijital medya ve yaratıcı endüstrilere ilişkin güncel konuları ele almaya devam etti.

2025 yılı boyunca reklam tarihi, marka iletişimi, güncel toplumsal konular ve sanat etkinlikleri gibi farklı temalarda toplam 6 blog yazısı yayımlandı. Bu çalışmalar, öğrencilerin araştırma, analiz ve içerik üretimi becerilerini geliştirirken dijital yayıncılık deneyimi kazanmalarına da katkı sağladı. Blog yazıları, Reklam Atölyesi web sitesi (**reklamatolyesi.aydin.edu.tr**) üzerinden erişime açık olarak yayımlanmaktadır.





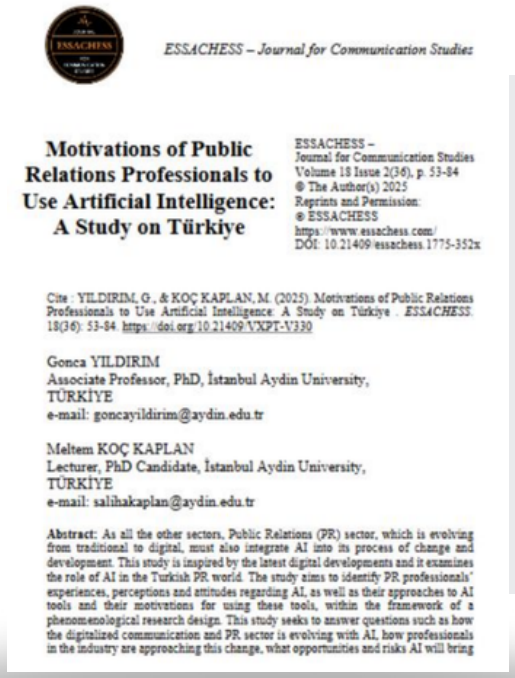








AKADEMİK YAYINLAR



ESSACHESS – Journal for Communication Studies

Motivations of Public Relations Professionals to Use Artificial Intelligence: A Study on Türkiye

ESSACHESS – Journal for Communication Studies
Volume 18 Issue 2(36), p. 53-84
© The Author(s) 2025
Reprints and Permission:
® ESSACHESS
https://www.essachess.com/
DOI: 10.21409/essachess.1775-352x

Cite : YILDIRIM, G., & KOÇ KAPLAN, M. (2025). Motivations of Public Relations Professionals to Use Artificial Intelligence: A Study on Türkiye . *ESSACHESS*. 18(36): 53-84. https://doi.org/10.21409/VXPT-V330

Gonca YILDIRIM
Associate Professor, PhD, İstanbul Aydin University,
TÜRKİYE
e-mail: goncayildirim@aydin.edu.tr

Meltem KOÇ KAPLAN
Lecturer, PhD Candidate, İstanbul Aydin University,
TÜRKİYE
e-mail: salihakaplan@aydin.edu.tr

Abstract: As all the other sectors, Public Relations (PR) sector, which is evolving from traditional to digital, must also integrate AI into its process of change and development. This study is inspired by the latest digital developments and it examines the role of AI in the Turkish PR world. The study aims to identify PR professionals' experiences, perceptions and attitudes regarding AI, as well as their approaches to AI tools and their motivations for using these tools, within the framework of a phenomenological research design. This study seeks to answer questions such as how the digitalized communication and PR sector is evolving with AI, how professionals in the industry are approaching this change, what opportunities and risks AI will bring

Reklamcılık Bölüm Başkanı **Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge** ve ABMYO Pazarlama Programında Öğr. Gör. Meltem Koç Kaplan ile hazırladıkları "Motivation of Public Relations Professionals to Use Artificial Intelligence: A Study on Türkiye" başlıklı makale Scopus Index'te taranan ESSACHESS – Journal for Communication Studies Aralık 2025 sayısında yayınlandı.



JOURNAL OF EMERGING ECONOMIES AND POLICY 2026 11(1):116-134

JOEEP

Araştırma Makalesi • Research Article

Türkiye'nin Ulus Markalama ve Kamu Diplomasisi Yaklaşımında Yeni Bir Stratejik Boyut: Tarım Diplomasisi *

A New Strategic Dimension in Türkiye's Nation Branding and Public Diplomacy Approach: Agricultural Diplomacy

Gonca Yıldırım *,*

MAKALE BİLGİSİ

ARTICLE INFO

ÖZ

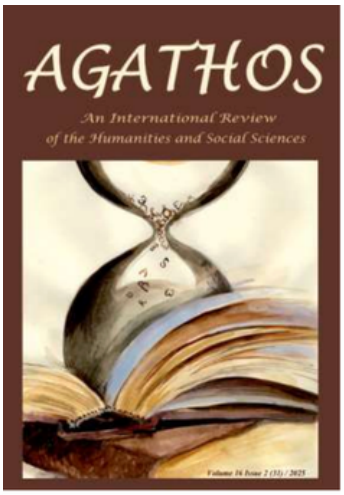
ABSTRACT

1. Giriş

Reklamcılık Bölüm Başkanı **Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge**'nin "Türkiye'nin Ulus Markalama ve Kamu Diplomasisi Yaklaşımında Yeni Bir Stratejik Boyut: Tarım Diplomasisi" başlıklı makalesi, TR Dizin başta olmak üzere ERIH PLUS, EBSCOhost ve diğer uluslararası veri tabanlarında taranan JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy dergisinin 2026 yılı 11. cilt 1. sayısında yayımlandı.



AKADEMİK YAYINLAR





The role of public service announcements in creating media literacy

Emet Gürel, İlkay Burak Taşkıran and Ekin Karakuyu*

Abstract: Media literacy is an essential communication tool that helps develop individuals' ability to evaluate and interpret media content consciously and analyze it critically. In today's digital age, the dissemination of media literacy education not only protects individuals from misleading or manipulative content but also improves their ability to access correct information. Public service announcements (PSAs) are considered a vital tool for creating media literacy by enhancing social awareness, raising consciousness, and educating the public, thanks to their potential to reach large masses. This study was conducted to examine the importance of PSAs in creating media literacy. The study sample comprised a PSA series titled 'Nuclear Family' prepared by the Turkish Radio and Television Supreme Council. The study was conducted using content analysis, which is a qualitative research method. The data were analyzed using the MAXQDA 2024 qualitative data analysis program. The results of the study highlighted the use of PSAs as an effective tool in raising media literacy awareness. Especially, the issue of information reliability was at the forefront in terms of combating disinformations. The results conformed to the international and national findings on media literacy and PSAs, revealing that they play an important role in media literacy. The study systematically examined the relationship between media literacy and PSAs, thus contributing to the available findings and offering suggestions for increasing social awareness.

Keywords: media literacy, public service announcements, communication, media, awareness, information

Introduction

Rapid developments in communication technologies and the digitalization process have radically transformed individuals'

* Emet Gürel ( )
Ege University, Faculty of Communication, İzmir, Türkiye
İlkay Burak Taşkıran
İstanbul Aydın University, Faculty of Communication, İstanbul, Türkiye
Ekin Karakuyu
Ege University, Institute of Social Sciences, İzmir, Türkiye
e-mail: emet.gurel@ege.edu.tr (corresponding author)

AGATHOS, Volume 16, Issue 2 (31): 471 - 483. DOI 10.5281/zenodo.17489629
© www.agathos-international-review.com CC BY NC 2025

Reklamcılık Bölümü **Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak TAŞKIRAN'ın**, Prof. Dr. Emet GÜREL ve doktora öğrencisi Ekin KARAKUYU ile bilimsel araştırma projesi kapsamında hazırladığı "The Role of Public Service Announcements in Creating Media Literacy" başlıklı araştırma makalesi, Romanya merkezli ve ESCI indeksli "Agathos: An International Review of the Humanities and Social Sciences" isimli dergide yayımlandı.

Reklamcılık Bölümü **Dr. Öğr. Üyesi Cem Gülcan** ve Prof. Dr. Rasime Ayhan Yılmaz'ın "Nation Brand Effect on New Product: A Research on New Turkish Electric Automotive Brand TOGG" başlıklı makalesi, Beykoz Akademi Dergisi'nin 14. cilt 1. sayısında yayımlandı



Beykoz Akademi Dergisi, 2026; 14(1), 108-136 ARAŞTIRMA MAKALESİ
Gönderim tarihi: 10.02.2025 Kabul tarihi: 17.05.2026
DOI: 10.14514/beykozakad.1637080

NATION BRAND EFFECT ON NEW PRODUCT: A RESEARCH ON NEW TURKISH ELECTRIC AUTOMOTIVE BRAND TOGG

Cem GÜLCAN[1], Rasime Ayhan YILMAZ[2]

Abstract

Just like institutions, commercial enterprises, political parties, legal entities, and individuals, the communication activities of countries also possess invaluable potential that should not be left to chance. The concept of nation branding holds great significance within these communication and marketing activities. Similar to how commercial brands can achieve substantial and indirect gains through their abstract brand values, countries can also attain significant successes in the international arena with their nation brands. This study examines the impact of nation branding on purchase intention for new products. Türkiye's new electric car brand, TOGG, is selected as the new product. E-WOM is also included in the research as another variable that has a very large part in new product communication pieces. A quantitative design was used in the research. In the research phase, studies were conducted with 374 participants from 63 different countries. Structural equation modeling was used to evaluate the effects between variables.

Keywords: Nation Branding, New Product, TOGG, E-Wom, Purchase Intention.
JEL Classification: M31, M37, D12, L62.

ULUS MARKA DEĞERİNİN YENİ ÜRÜNLERE ETKİSİ: YENİ TÜRK ELEKTRİKLİ OTOMOBİL MARKASI TOGG ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Öz

Kurumlar, ticari işletmeler, siyasi partiler, tüzel kişilikler ve bireyler gibi, ülkelerin de iletişim faaliyetleri büyük bir potansiyele sahiptir ve rastlantılara bırakılmamalıdır. Ulus markalaşması kavramı, bu iletişim ve pazarlama faaliyetleri içinde önemli bir yer tutmaktadır. Ticari markalar, soyut marka değerleri aracılığıyla dolaylı ve önemli kazanımlar elde edebildiği gibi, ülkeler de ulus markaları sayesinde uluslararası arenada önemli başarılar kazanabilmektedirler. Bu çalışma, ulus markalaşmasının yeni ürünlere yönelik satın alma niyeti üzerindeki etkisini incelemektedir ve Türkiye'nin yeni elektrikli otomobil markası TOGG, çalışmada yeni ürün olarak ele alınmıştır. Ayrıca, yeni ürünlerin iletişim süreçlerinde önemli bir rol oynayan elektronik ağızdan ağıza iletişim (e-WOM) değişkeni de araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmada nicel bir tasarım benimsenmiş, 63 farklı ülkeden 374 katılımcı ile veri toplanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesi için yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır.

Anahtar kelimeler: Ulus Markalama, Yeni Ürün, TOGG, E-WOM, Satın Alma Niyeti.
JEL Sınıflaması: M31, M37, D12, L62.

[1] Assistant Professor, İstanbul Aydın University, cemgulcan@aydin.edu.tr ORCID: 0000-0003-0771-3030.
[2] Professor, Eskişehir Anadolu University, rayilmaz@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2032-7169
*This article is derived from the Ph.D Thesis of Cem GÜLCAN, titled "Ulus Markalama ve Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimin Yeni Ürün Yönelik Satın Alma Niyetine Etkisi: Türk Otomotiv Markası Togg Üzerine Bir Araştırma," accepted by Anadolu University and conducted under the supervision of Prof. Dr. Rasime Ayhan Yılmaz.

108



AKADEMİK YAYINLAR

Reklamcılık Bölümü **Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran'ın** "An Integrative Examination of the Esports Industry and Esports Sponsorship" başlıklı makalesi, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi'nde yayımlandı.





Reklamcılık Bölümü **Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran'ın**, Prof. Dr. Emet Gürel ve doktora öğrencisi Ekin Karakuyu ile bilimsel araştırma projesi kapsamında hazırladığı "Medya Okuryazarlığında Ailenin Rolü: "Çekirdek Ailesi" Kamu Spotları Üzerine Bir İnceleme" başlıklı araştırma makalesi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nde yayımlandı.

.

AKADEMİK YAYINLAR

Reklamcılık Bölümü **Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran**'ın, Arş. Gör. Halil Altunkaya ile hazırladığı "Türkiye'de Sponsorluk Konusundaki Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi" başlıklı araştırma makalesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nde yayımlandı.



Reklamcılık Bölümü **Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran'ın** hazırladığı "Ödüllü Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Üzerine Bir İnceleme: Türkiye'deki Yaklaşımların Analizi" başlıklı araştırma makalesi, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi'nde yayımlandı.



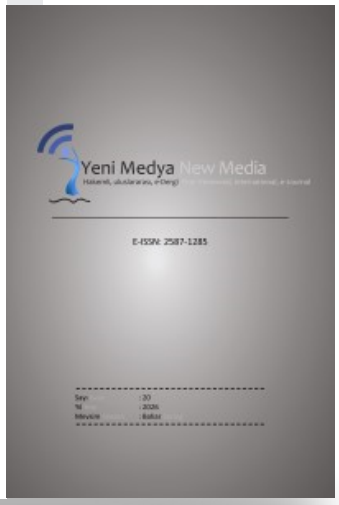
AKADEMİK YAYINLAR

Reklamcılık bölümü **Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran**'ın, Prof. Dr. Mikail Batu ile hazırladığı "Yasa Dışı Kumarın Sosyal Medyada Sunumu: Instagram Reels Üzerinden Tematik Bir Araştırma" başlıklı araştırma makalesi, Yeni Medya Dergisi'nde yayımlandı.


YENİ MEDYA NEW MEDIA

Yasa Dışı Kumarın Sosyal Medyada Sunumu: Instagram Reels Üzerinden Tematik Bir Araştırma

İlkay Burak TAŞKIRAN - Mikail BATU


Yeni Medya New Media

E-ISSN: 2587-1285

Reklamcılık bölümü **Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran**'ın hazırladığı "Kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının bibliyometrik analizi: Türkiye'deki lisansüstü tezler üzerine bir inceleme" başlıklı araştırma makalesi, Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nde yayımlandı.


KAYSERİ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Dergisi
KAYSERİ UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının bibliyometrik analizi: Türkiye'deki lisansüstü tezler üzerine bir inceleme

A bibliometric analysis of corporate social responsibility research: An examination of postgraduate theses in Türkiye


KAYSERİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
Kayseri University Journal of Social Sciences

KAYÜSOSDER

KAYÜJSS

KAYSERİ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Kayseri University Rectorate

AKADEMİK YAYINLAR

Reklamcılık Bölümü **Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak TAŞKIRAN'ın** "Halkla İlişkilerde Yapay Zekâ: Uygulamalar, Etik İkilemler ve Gelecek Perspektifleri" başlıklı kitap bölümü çalışması, editörlüğünü Doç. Dr. Sevim KOÇER'in üstlendiği ve Eğitim Yayınevi tarafından yayımlanan "Halkla İlişkiler Alanında Uluslararası Araştırmalar" isimli kitapta yer aldı.





HALKLA İLİŞKİLERDE YAPAY ZEKÂ: UYGULAMALAR, ETİK İKİLEMLER VE GELECEK PERSPEKTİFLERİ

İlkay Burak Taşkıran*

Giriş

Günümüz dijital çağında, yapay zekâ teknolojileri ile bireyler neredeyse her an temas halindedir. İnternette aktif olan kullanıcılar; web sitelerindeki sohbet robotları, otomatik mesajlaşma sistemleri, müşteri deneyimleri, arama motorları veya bilinçli olarak yapay zekâ uygulamalarını kullanarak bu teknolojiyle sürekli etkileşim içerisindedir (Buhmann ve White, 2022: 625). Bu kapsamda yapay zekâ teknolojilerinin, basit yanıtlama sistemlerinden otonom araçlara kadar uzanan geniş bir yelpazede var olduğu söylenebilir.

Çağdaş tartışmaların odak noktası artık yapay zekânın gündelik yaşama entegrasyonunun olup olmayacağı değil, nasıl ve hangi alanlarda olacağı üzerinedir. Yapay zekâ yalnızca dijital asistanlık işlevlerinin ötesine geçerek, otonom araçları kontrol etme, medikal teşhislerde bulunma, duygusal tepkileri algılama, yaratıcı içerik kurgulama ve oyunlarda insanları yenebilme kapasitesine ulaşmıştır. Teknolojinin hayal sınırlarını aşıp uygulanabilir gerçekliğe dönüştüğü bu dönemde, yapay zekâ olmayan bir gelecek değerlendirmesi yapmak imkânsızdır.

* Dr. Öğretim Üyesi İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, İstanbul, ilkaytaskiran@aydin.edu.tr, ORCID: orcid.org/0000-0001-9520-9744

Reklamcılık Bölümü **Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak TAŞKIRAN'ın** "Halkla İlişkiler Bağlamında Kurum İçi İletişim: Şeffaflık ve Etkililik Hiyerarşisi" başlıklı kitap bölümü çalışması, editörlüğünü Dr. Öğr. Üyesi Özden ÖZLÜ'nün üstlendiği ve Yaz Yayınları tarafından yayımlanan "Halkla İlişkiler Değerlendirmeleri" isimli kitapta yer aldı.





HALKLA İLİŞKİLER BAĞLAMINDA KURUM İÇİ İLETİŞİM: ŞEFFAFLIK VE ETKİLİLİK HİYERARŞİSİ

İlkay Burak TAŞKIRAN*

1. GİRİŞ

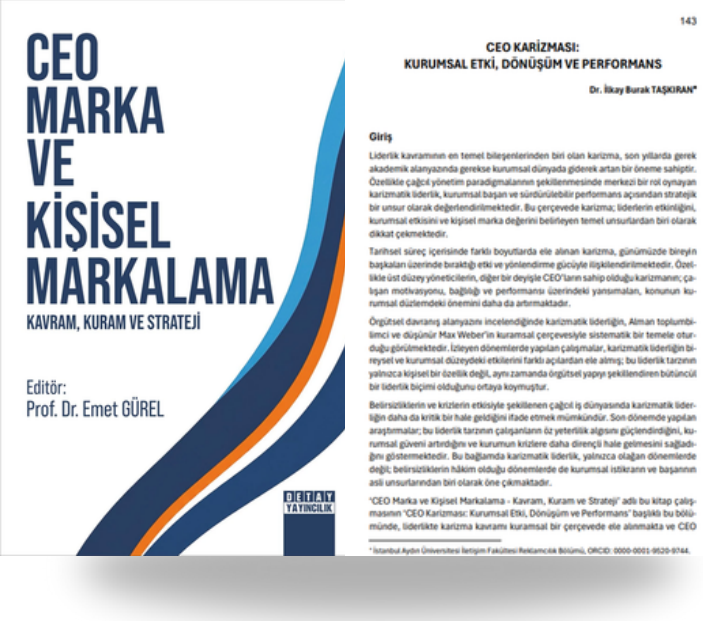
Dünyanın dört bir yanındaki kurumlar kârlılık, büyüme ve rekabet gücü elde etmek amacıyla yeni yollar aramaktadırlar. Küreselleşen serbest piyasa ekonomisinin beraberinde getirdiği baskılar göz önüne alındığında, bu oldukça zorlu bir hedef haline gelmiştir. Kurumun dışından birleşme, satın alma veya ortaklık yoluyla büyüme sağlamak için farklı yollar bulunsa da içeriden büyüme yaratmak ulaşılması güç bir hedeftir (Chmielecki, 2015, s. 25). Bu sebeple kurum içi iletişim, günümüz iş dünyasında en önemli faktörlerden biri haline gelmiştir. Welch ve Jackson (2007, s. 177) tarafından kurum içi iletişim, rekabet ortamındaki ilk cephe olarak nitelendirilmiştir.

Kurum içi iletişim kavramının yükselişi 1990'larda Amerika Birleşik Devletleri'nde başlamış ve oradan Avrupa'ya ulaşarak yeni milenyumun başında güç kazanmıştır (Verčič vd., 2012, s. 223). Günümüze gelindiğinde ise kurumsal dünyadaki rekabetin her geçen gün artması, kurum içi iletişimi bu dünyanın ayrılmaz bir parçası konumuna getirmiştir (Vora ve Patra, 2017, s. 30). Bu bağlamda kurum içi iletişimin, hedeflenen iç ve dış sonuçlara ulaşma konusunda elzem bir niteliğe sahip olduğu söylenebilir.

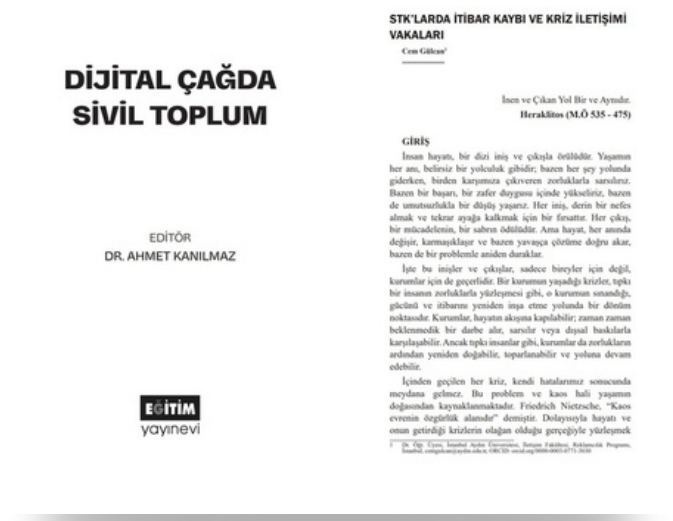
* Dr. Öğr. Üyesi., İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, İstanbul, ilkaytaskiran@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9520-9744

AKADEMİK YAYINLAR

Reklamcılık Bölümü **Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak TAŞKIRAN**'ın "CEO Karizması: Kurumsal Etki, Dönüşüm ve Performans" başlıklı kitap bölümü çalışması, editörlüğünü Prof. Dr. Emet GÜREL'in üstlendiği ve Detay Yayıncılık tarafından yayımlanan "CEO Marka ve Kişisel Markalama" isimli kitapta yer aldı.



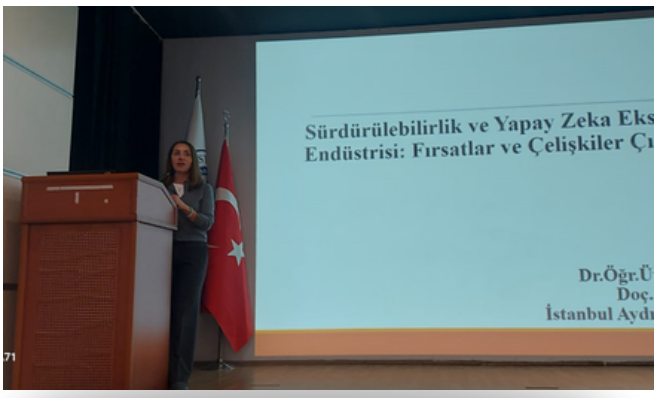
Reklamcılık Bölümü **Dr. Öğr. Üyesi Cem Gülcan**'ın "STK'larda İtibar Kaybı ve Kriz İletişimi Vakaları" başlıklı kitap bölümü çalışması, editörlüğünü Dr. Ahmet Kanılmaz'ın üstlendiği ve Eğitim Yayınevi tarafından yayımlanan "Dijital Çağda Sivil Toplum" isimli kitapta yer aldı



AKADEMİK YAYINLAR

BİLDİRİ SUNUMU

Üniversitemiz ev sahipliğinde 8-12 Ekim 2025 tarihleri arasında gerçekleşen The STAR Global Conference 2025'te Reklamcılık Bölüm Başkanı Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge, Güzel Sanatlar Fakültesi öğretim üyesi Dr. Öğr. Üyesi Meryem İmre ile birlikte hazırladıkları "Sürdürülebilirlik ve Yapay Zeka Ekseninde Moda Endüstrisi: Fırsatlar ve Çelişkiler Çıkmazı" başlıklı bildirinin sunumu gerçekleştirdi



Reklamcılık bölümü Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran, Prof. Dr. Emet Gürel ile hazırladıkları "Communicative Health Literacy in Digital Environments: A Theoretical Model Proposal" başlıklı bildiriyi, 15-18 Mart tarihlerinde hibrit şekilde düzenlenen "13th International New York Conference on Evolving Trends in Interdisciplinary Research & Practices" kongresinde sundu.



AKADEMİK YAYINLAR

BİLDİRİ SUNUMU

Reklamcılık bölümü **Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran**'ın, Prof. Dr. Emet Gürel ve doktora öğrencisi Ekin Karakuyu ile bilimsel araştırma projesi kapsamında hazırladığı "Dijital Kültürde Duygusal Etkileşim ve Gerçek Zamanlı Pazarlama: Maymun Punch Viral Trendi Üzerine Bir Analiz" başlıklı tam metin bildiri, 26-28 Haziran tarihlerinde hibrit şekilde düzenlenen 16. Uluslararası Zeugma Bilimsel Araştırmalar Kongresi'nde sunuldu.


CERTIFICATE
OF PARTICIPATION
Asst. Prof. Dr. İlkay Burak TAŞKIRAN
Prof. Dr. Osman ERKMEN
THE BOOK OF FULL TEXT
DİJİTAL KÜLTÜRDE DUYGUSAL ETKİLEŞİM VE GERÇEK ZAMANLI PAZARLAMA: MAYMUN PUNCH VİRAL TRENDİ ÜZERİNE BİR ANALİZ

Reklamcılık bölümü **Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak Taşkıran**'ın, Prof. Dr. Emet Gürel ve doktora öğrencisi Ekin Karakuyu ile hazırladığı "Kamu Spotlarında Ünlü Kullanımı: Nitel Bir Araştırma" başlıklı tam metin bildiri, 26-28 Haziran tarihlerinde hibrit şekilde düzenlenen 16. Uluslararası Zeugma Bilimsel Araştırmalar Kongresi'nde sunuldu.


CERTIFICATE
OF PARTICIPATION
Asst. Prof. Dr. İlkay Burak TAŞKIRAN
Prof. Dr. Osman ERKMEN
THE BOOK OF FULL TEXT
KAMU SPOTLARINDA ÜNLÜ KULLANIMI: NİTEL BİR ARAŞTIRMA

DİĞER AKADEMİK VE SOSYAL ÇALIŞMALAR

TÜRKİYE MARKA GÜNÜ

Reklamcılık Bölüm Başkanı Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge, Yönetim Kurulu Üyesi olduğu Marka Konseyi'nin öncülüğünde kurulan Türkiye Marka Platformu'nun 12 Haziran 2026'da düzenlediği "Türkiye Marka Günü" ilanında görev aldı ve panel oturumlarına katıldı.





MERSİN MARKA ROTASI

Reklamcılık Bölüm Başkanı Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge, yönetim kurulu üyesi olduğu Marka Konseyi ile Mersin Ticaret ve Sanayi Odası ve ARED iş birliğinde 9–10 Nisan tarihlerinde düzenlenen "Mersin Marka Rotası" programında, Mersin'in ve KOBİ'lerin markalaşma süreçlerine ilişkin sunumlar gerçekleştirdi.



DİĞER AKADEMİK VE SOSYAL ÇALIŞMALAR

MARKA KONSEYİ GENEL KURUL TOPLANTISI

Reklamcılık Bölüm Başkanımız Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE, 25 Ocak 2025'te düzenlenen Marka Konseyi Genel Kurulu toplantısında 2025-2026 yılları yeni Yönetim Kurulu Üyeleri arasına seçildi.



SÜRDÜRÜLEBİLİR GELECEK: ÜNİVERSİTE BULUŞMALARI

Reklamcılık Bölüm Başkanı Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge yönetim kurulu üyesi olduğu Türkiye Kurumsal Sürdürülebilirlik Derneği (TKSD), Lenzing Grup ve Ünite Edelman işbirliğinde Galatasaray Üniversitesi'nde "Sürdürülebilir Gelecek: Üniversite Buluşmaları" Programına konuşmacı olarak katıldı. Ünite Edelman Yaratıcı Stratejiler Başkanı Cem Arıdağ ve Lenzing Grup Pazarlama Müdürü Miray Acar ile birlikte sürdürülebilirlik ve sürdürülebilirlik iletişimi sunumu gerçekleştirildi.



ÇALIŞTAY

Istanbul Aydın Üniversitesi tarafından düzenlenen "IAU UNİ-SAN 2026, Akademik Bilgiden Endüstriyel Katma Değere: Endüstriyel Dönüşüm Zirvesi Çalıştayı" kapsamında 23 Şubat 2026 Pazartesi günü İletişim Fakültesi hocalarımız ve endüstri paydaşlarımız bir araya geldi. Çalıştayda öğrencilerin sektörde yer almaya yönelik motivasyonlarının artırılması, sektör odaklı ve uygulamalı derslerin geliştirilmesi, üniversite–endüstri iş birlikleri kapsamında artırılabilecek staj ve uygulama imkanları ile öğrencilerin mezuniyet sonrası sektöre daha güçlü hazırlanmasına yönelik öneriler konuları görüşüldü.



DİĞER AKADEMİK VE SOSYAL ÇALIŞMALAR

FANTASTİK EDEBİYAT VE SİNEMA ATÖLYESİ

İAÜ İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Semih Ellialtı Bilim İletişimi Ofisi etkinlikleri kapsamında, Küçükçekmece ilçesinin en başarılı Anadolu Lisesi olarak bilinen Fahreddin Kerim Gökay Anadolu Lisesi'nin öğrencilerine etkinlik düzenledi. Fahreddin Kerim Gökay Anadolu Lisesi Edebiyat Öğretmeni Hüseyin Kaloğulları moderatörlüğünde gerçekleşen etkinlik, Dr. Öğr. Üyesi Semih Ellialtı'nın İthaki Yayınları'ndan çıkan romanı Kemikler ve Kartlar'ın, kitabı okuyan öğrenciler için imzalanmasıyla sonlandı.





ARŞ. GÖR. DR. ELİF İNCEİSMAİL'E VEDA

Reklamcılık Bölümü Arş. Gör. Dr. Elif İnceismail, Reklamcılık Bölümü öğretim elemanlarının katılımıyla düzenlenen buluşmada veda edildi. Akademik birikimi, deneyimi ve öğrencilerle kurduğu güçlü iletişimle fakültemize önemli katkılar sunan Dr. İnceismail'e teşekkür ediyor; yeni yolculuğunda başarılar diliyoruz.







KÜNYE

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
REKLAMCILIK BÖLÜMÜ

2025-2026 Eğitim Öğretim Yılı

YAYIN SAHİBİ:

T.C.
İstanbul Aydın Üniversitesi
Adına Sahibi
Doç. Dr. Mustafa AYDIN (Mütevelli Heyet Başkanı)

YAYIN KURULU:

Prof. Dr. İbrahim Hakkı AYDIN (Rektör)
Prof. Dr. Özer KANBUROĞLU (Dekan V.)
Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE (Reklamcılık Bölüm Başkanı)

YAYINA HAZIRLAYAN:

Arş. Gör. Dr. Elif İNCEİSMAİL
Arş. Gör. A. Ayşenur ÇELİMLİ AKGÜL
Yağmur Özçiçek
Berfin Aze Ökten
Zülal Sevim
Erdem Şekeroğlu
Akın Uludağ

İLETİŞİM