2023-2024 EĞİTİM ÖĞRETİM YILI FAALİYETLERİ

E-BÜLTEN

İAÜ REKLAM ATÖLYESİ



İAÜ REKLAM ATÖLYESİ HAKKINDA

İAÜ Reklam Atölyesi, Reklamcılık Bölümü'nün kuruluşundan bu yana aktif bir şekilde faaliyet göstererek, öğrencilerin sektörle tanışmasına olanak tanıyan bir uygulama alanı olarak öne çıkmaktadır. Bu yıl beşincisini yayınladığımız **"2023-2024 Eğitim Öğretim Yılı İAÜ Reklam Atölyesi E-Bülteni"** ile öğrencilerimizin çalışmalarını, başarılarını ve bölümle ilgili haberleri bir araya getirmeyi amaçladık. E-bültenimizde bölüm hocalarımızın yayınlarını, gerçekleştirdiğimiz üniversite içi ve dışı etkinlikleri ve sektörle bağımızı güçlendiren paydaş toplantılarımızı bulacaksınız. Bu çalışma ile mezunlarımıza anılarını tazeleme fırsatı sunarken, yeni gelen öğrencilerimize de bölümümüz hakkında bir fikir vermeyi ve onlara bir pencere açmayı hedefliyoruz. Keyifli okumalar dileriz.

DOÇ. DR. GONCA YILDIRIM ÖGE

Reklamcılık Bölümü Başkanı



REKLAMCILIK BÖLÜMÜ 2024 MEZUNİYET TÖRENİ GERÇEKLEŞTİ



30 Haziran Pazar günü, Reklamcılık Bölümü 2024 mezunlarımız için unutulmaz bir gün oldu. Bölümümüzün gurur dolu mezuniyet töreni, değerli Bölüm Başkanımız Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge'nin sunumuyla gerçekleşti.

Bu özel gün, mezunlarımızın hayat yolculuklarında yeni bir başlangıcı simgeliyor. Onlara, gelecekteki tüm adımlarında başarı ve mutluluk diliyoruz. Biliyoruz ki her biri kendi yolunda parlayacak.

Unutmayın, burası her zaman sizin eviniz olacak. Bizler, başarılarınızı büyük bir gurur ve sevinçle takip edeceğiz. Yolunuz hep açık olsun, sevgili mezunlarımız.



REKLAMCILIK BÖLÜMÜ 2024 MEZUNLARI İŞ HAYATINDA

ALTAVIA dekatlon



Baha Özçiçek • 1.
Graphic Design Intern
1 hafta •

Altavia Dekatlon şirketinde Graphic Design Intern olarak çalışmaya başladığımı paylaşmaktan mutluluk duyuyorum!

M.A.R.K.A.



S. Zeynep Van • 1.
Marka Temsilcisi
3 ay •

M.A.R.K.A. şirketinde Marka Temsilcisi olarak çalışmaya başladığımı paylaşmaktan mutluluk duyuyorum!

UNITE
Edelman Affiliate



Özge Sevilen • Takip Edilenler
Jr. Copywriter
1 hafta •

ÜNİTE Edelman şirketinde Junior Copywriter olarak çalışmaya başladığımı paylaşmaktan mutluluk duyuyorum!

POLTiO



Arda Aksoy • 1.
Business Development Specialist at Poltio
5 ay •

I'm happy to share that I'm starting a new position as Business Development Specialist at Poltio!

PUBLICIS GROUPE



Aleyna Uluer • 1.
Account Intern at Publicis Groupe
3 ay • Düzenlendi •

Publicis Groupe şirketinde Account Intern olarak çalışmaya başladığımı paylaşmaktan mutluluk duyuyorum!💥

gaia



Kaan Kılıç

GAIA Şirketinde social media manager olarak çalışmaya başladığımı paylaşmaktan mutluluk duyuyorum!

gaia



Zafer Erbil

GAIA Şirketinde account manager olarak çalışmaya başladığımı paylaşmaktan mutluluk duyuyorum!

thepeoplebase



Ezgi Ceren Dağdaş • 1.
Influencer Marketing
8 ay •

Digital Contactor şirketinde Influencer marketing project intern olarak çalışmaya başladığımı paylaşmaktan mutluluk duyuyorum!

CUMHURİYET'İN İKİNCİ YÜZYILINDA REKLAM YOLCULUĞU PANELİ

Reklamcılık Vakfı ve Reklamcılar Derneği'nin destekleri ile düzenlenen panelde Reklamcılık Vakfı Başkanı, WPP Türkiye Strateji ve İş Geliştirme Genel Müdürü Aslıhan Anarat, Medina Turgul DDB Reklam Ajansı Baş Strateji Sorumlusu Berkant Avcı ve VML Reklam Ajansı Baş Strateji Sorumlusu Fatih Tüylüoğlu panelist olarak yer aldı. Gerçekleşen panelin moderatörlüğünü İAÜ Reklamcılık Bölümü Başkanı Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge yaptı. Panel'in basın yansımalarına ulaşmak için tıklayabilirsiniz.



CUMHURİYET'İN İKİNCİ YÜZYILINDA REKLAM YOLCULUĞU PANELİ







Panel'in tamamına İAÜ Reklam Atölyesi Youtube kanalından ulaşabilirsiniz.

YARIŞMALAR VE ÖDÜLLER

A Awards Yarışması Junior Kategorisinde Finalist Olduk.

ARVAK Açıkhava Reklamcıları Vakfı'nın düzenlediği **A Awards Junior** kategorisinde Reklamcılık Bölümü öğrencileri Muhammed Cüneyd Demirkaynak, Volkan Deniz Güler ve Görsel İletişim Tasarım Bölümü öğrencisi Yağmur Sarıca, Lenova Markası için hazırladıkları projeyle finale kalan 6 takımdan biri oldu!



Bölümden Haberler

ADcampus'24 Medya Ajans Eğitimi Programı

Reklam Atölyesi koordinatörleri bölümümüz 4. sınıf öğrencisi Aleyna Uluer, 3. sınıf öğrencisi Ceyda Kayatürk ve 2. sınıf öğrencisi Gülsu Peker'in ADcampus'24 Medya Ajans Eğitimi Programı'nı başarıyla tamamladığını sizlere duyurmaktan mutluluk duyuyoruz!

İki haftalık süreç boyunca, "Kreatif Ajans ve Medya Ajansı" dinamikleri, ajans yapısı, departmanları ve iş süreçleri gibi konularda detaylı bilgiler öğrenen öğrencilerimiz, başarılı bir sınav sonucunda mezuniyet sertifikalarını elde ettiler.

Aleyna Uluer ve Ceyda Kayatürk'ün burslu olarak katıldığı eğitimlerde, 4. sınıf öğrencimiz Aleyna programı 3. olarak tamamladı. Program sonucunda işe alım simülasyonuna alınan öğrencimiz reklam sektörünün önde gelen şirketlerinden Publicis Groupe'da Client Management Intern olarak kariyerine başladı.

Öğrencilerimizi kutluyor ve başarılarının devamını diliyoruz!



Bölümden Haberler

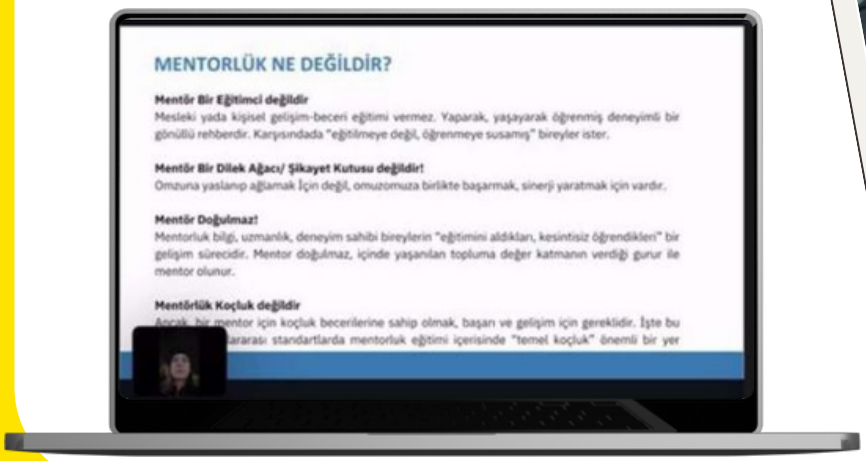
Adment Mentörlük Programı

Reklamcılık Bölümü mezunlar ve öğrenciler arasındaki bağı güçlendirmeyi, öğrencileri sektöre hazırlamayı hedefleyen AdMent Mentörlük Programı'nı bu yıl başlattık. Gönüllülük esasına dayanan bu programda katılımcılar öncelikle Arş. Gör. Elif İnceismail tarafından Mentörlük Eğitimi verildi. Ardından öğrencilerimiz, ilgi alanları ve meslek hedefleri doğrultusunda uygun bir mezunumuzla eşleştirildi. Şubat ayında başlayan pilot uygulamanın haziran ayında tamamlanması ve 2024-2025 eğitim-öğretim yılında büyüyerek devam etmesi planlanmaktadır.





Öğrencimiz Almina Toplaoğlu ve Mezunumuz Gizem Karakaya



Bölümden Haberler

Dream Partners ve Topağacı Lions Kulübü Ev Sahipliğinde Gerçekleşen Koçluk ve Mentörlük Programı

Dream Partners ve Topağacı Lions Kulübü ev sahipliğinde gerçekleşen koçluk ve mentörlük programına bu yıl da çok sayıda Reklamcılık Bölümü öğrencimiz dahil oldu. Öğr. Gör. Benian Kalafatoğlu önderliğinde gerçekleşen toplantıda koçlarımız ve mentörlerimiz de program süresince edindikleri deneyimleri paylaştı.

- Öğrencilerimizin programa bilinçli ve gönüllü olarak katılımı, programın etkinliğini ve motivasyonlarını artırdı.
- Öğrencilerimiz aksiyon almak konusunda çok istekli ve hızlı davrandılar. Bu da mentörlük programına olan bağlılıklarını ve fayda sağlama arzularını gösterdi.
- Ders programlarının yoğunluğu nedeniyle bazı sarkmalar olsa da, öğrenciler zamanlamayı tutturmak için büyük çaba harcadılar. Bu da onların sorumluluk bilinci ve özverilerini yansıtıyor.
- Öğrencilerimizin proaktif tutumları ve gösterdikleri gayret, gelecek için umut verici bir tablo çizdi. Bu durum, programın başarısında önemli bir rol oynadı.



Bölümden Haberler

Reklam Atölyesi Dersimizi K A R P A T Independent Advertising Agency Ortaklığıyla Gerçekleştirdik



Bu dönem K A R P A T Independent Advertising Agency işbirliğiyle gerçekleştirdiğimiz derslerimizde birbirinden farklı markalar ve farklı brieflerle reklamcılık dünyasının derinliklerinde yeni keşifler gerçekleştirdik. Öğrencilerimizin sunumlarını büyük bir özveri ve içtenlikle dinleyen değerli yorumlarını paylaşan Melda Tarlan'a ve katkı sunan tüm @karpatistanbul ailesine teşekkürlerimizi sunarız.



Bölümden Haberler

Bitirme Projemizi Pastavilla Ortaklığıyla Gerçekleştirdik



Bu yıl 4. sınıf öğrencilerimizin Bitirme Projesi **Pastavilla marka** ortaklığı ile gerçekleşti.

Sunumlar, Bölüm Başkanımız Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge, Bölüm Başkan Yardımcımız Doç. Dr. Müge Öztunç, Pastavilla Kurumsal İletişim Yöneticisi Buket Özbay ve Pastavilla Kurumsal İletişim Uzmanı Güneş Özcan'ın jüriliğinde gerçekleşti ve büyük bir titizlikle puanlandı.



Bölümden Haberler

Veri Analizi Sürecinde MAXQDA Kullanımı Eğitimi



Reklamcılık Bölüm Başkanı Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge ve Arş. Gör. Azime Ayşenur Çelimli Akgül'ün düzenlediği Eğiticinin Eğitimi serisinde "Veri Analizi Sürecinde MAXQDA Kullanımı" konulu eğitim gerçekleşti. MAXQDA Sertifikalı Eğitmeni Burak Varol, araştırmacılar ve akademisyenlere Nitel ve Karma Analizin yazılım üzerinden nasıl yapıldığına dair bilgi ve tecrübelerini aktardı.





Bölümden Haberler

ETKİLİ CANVA KULLANIMI VE SOSYAL MEDYADA İÇERİK ÜRETİMİ



Reklamcılık Bölümü olarak Canva Creator ve Canva Türkiye Elçisi Zeki Okur'u üniversitemizde ağırladık. Tüm İletişim Fakültesi öğrencilerine açık gerçekleştirilen eğitimde Okur, Canva uygulamasının ara yüzleri ve kullanım kolaylıkları hakkında önemli bilgiler aktardı.



Bölümden Haberler

İAÜ Kulüpler Birliği Ödül Töreni

Reklamcılık Bölümü öğrencileri bu yıl Reklam Atölyesi'nde aktif görev almanın yanı sıra **Reklam ve İletişim Kulübü**'nü de hayata geçirdi. Yönetimi tamamen öğrencilerden oluşan yeni kulüpte çeşitli etkinlik ve projeler düzenleyen öğrenciler diğer bölümlerden öğrencileri de üye olarak kabul ediyor. Kulübün danışmanlığını ise Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge ve Doç. Dr. Müge Öztunç birlikte yürütüyor.

Öğrencilerimiz Kulüpler Birliği'nin öncülüğünde bu yıl ilki düzenlenen "Kulüpler Birliği Ödül Töreni'ne de Reklam ve İletişim Kulübü olarak katılım sağladı.





AKADEMİK YÜKSELTME



Reklamcılık Bölüm Başkan Yardımcısı **Dr. Öğr. Üyesi Müge ÖZTUNÇ**, hocamız Doçent ünvanını almaya hak kazanmıştır.



Reklamcılık Bölüm Araştırma Görevlisi ve İstanbul Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Doktora öğrencisi **Azime Ayşenur Çelimli Akgül** tez önerisini 23 Mayıs 2024 tarihinde jüri üyelerine başarı ile sunarak bir sonraki aşamaya geçti. Reklamcılık Bölüm Başkanı Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge de tez izleme jürisinde yer aldı.

ERASMUS+ AKADEMİK HAREKETLİLİK

Ders Alma Kapsamında Giden Akademisyenlerimiz

Reklamcılık Bölümü Arş. Gör. Azime Ayşenur ÇELİMLİ AKGÜL, Gazetecilik bölümü Arş. Gör. Gizem Uyanık ile Erasmus+ Personel Hareketliliği kapsamında Hollanda'da bulunan **Ede Christian Universityof Applied Sciences** bünyesinde eğitim aldı.



Reklamcılık Bölümü Arş Gör. Elif İNCEİSMAİL, Erasmus+ Personel Hareketliliği kapsamında 9 - 14 Haziran 2024 tarihleri arasında Polonya Varşova'da bulunan **Ekonomi ve İnsan Bilimleri Üniversitesi (EUHS)**'nin düzenlediği "Akademik Çevrede Kişisel Markalama" temalı 1. Uluslararası Staff Week'e katıldı.





ERASMUS+ AKADEMİK HAREKETLİLİK

Ders Alma Kapsamında Gelen Öğrenciler

Universite Clermont Auvergne

Erasmus+ Traineeship Mobilty kapsamında **Universite Clermont Auvergne** öğrencisi Asya Ersoy fakültemizdeki stajını tamamladı. Fakülte Erasmus Koordinatörümüz **Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge**'nin koordinatörlüğünde Asya Ersoy, Uluslararası Ofis, Reklamcılık Bölümü ve Radyo Televizyon ve Sinema Bölümündeki staj programını tamamlayarak başarı sertifikasını almaya hak kazandı.



Universidade de Vigo

Erasmus+ Exchange Program kapsamında **Universidade de Vigo**'dan Nuria Sabin Lopez 2023-2024 eğitim-öğretim yılı güz ve bahar döneminde fakültemizdeki eğitimini tamamladı. Dönem sonu fakülte başarı sertifikasını Dekanımız Prof. Dr. Selahattin Yıldız ve Fakülte Erasmus Koordinatörü **Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge** kendisine sundu.



ÜNİVERSİTE İÇİ ETKİNLİKLERİMİZ

2023-2024 EĞİTİM ÖĞRETİM YILI

İAÜ REKLAM ATÖLYESİ OLARAK
BU YIL TOPLAM

15

ETKİNLİK

DÜZENLEDİK!



Güçlü İletişim Ağı, Başarılı Bir Kariyer!

Üniversite İçi Etkinliklerimiz atölye içerisinde ayrı bir birim tarafından organize edilmektedir. Koordinatörlüğünü üstlenen 3. sınıf öğrencilerimizden Ceyda Kayatürk ve 1. sınıf öğrencilerimizden Hazal Bingöl buradaki etkinliklerde kendi ekiplerini organize ederek gerçek bir etkinliğin hazırlanma aşamalarını tecrübe etmektedirler.

İAÜ Reklam Atölyesi üyesi öğrencilerimiz konukların davet edilmesi, ağırlanması, etkinliğin organizasyonu gibi pek çok konudan sorumlu olarak koordineli bir şekilde çalışır. Bu kapsamda İAÜ Reklam Atölye'sinin temel hedefi sektör çalışanları ile öğrencilerimiz arasında güçlü bir iletişim ağı oluşturmaktır. Bu ağ sayesinde öğrencilerimiz, hedefleri doğrultusunda öğrenciliklerinde istedikleri stajları bulma, daha sonrasında ise sektöre hızlı bir giriş yapma imkanı bulmaktadır.

Ayrıca öğrencilerimiz derslerde öğrendikleri bilgileri, uygulama alanlarında kullanma ve kendilerini deneme şansını da etkinlik organizasyonları sayesinde edinmektedirler.

ADFORCE: HAYAL GÜCÜNÜN LEZZETİ



Reklamcılık Vakfı'nın düzenlediği "**AdForce Üniversite Ziyaretleri**" kapsamında CIAN Yaratıcı Reklam Ajansı kurucusu Cihan Kavaklıpınar konuğumuz oldu.

Etkinliğin ilk aşamasında "***Hayal gücünün lezzeti!"*** mottosuyla bizlerle değerli bilgilerini ve tecrübelerini paylaştı.

İkinci aşamasında ise bir brief vererek öğrenci arkadaşlarımız arasında yarışma düzenledi. Kazanan arkadaşlarımız ise çeşitli staj imkanları elde etti.

Yarışmanın birincisi Ceyda Kayatürk, ikincisi Cüneyd Demirkaynak ve Berra Kurtbaş, üçüncüsü Alperen Buldur ve Hazal Bingöl'ü tebrik ederiz.



ETKİLEŞİMLİ İÇERİK VE REHBERLİ SATIŞ

Ders içi etkinlik kapsamında, Öğr. Gör. Cem Arıdağ moderatörlüğünde "Etkileşimli İçerik ve Rehberli Satış" temalı etkinliğimiz gerçekleşti. Poltio kurucu CEO'su Ahmet Tosun bizlerle tecrübelerini paylaştığı için çok teşekkür ederiz.





SENARYODAN TELEVİZYONA REKLAM FİLMİ SÜRECİ

"Reklam Üzerine Konuşmalar" serimiz kapsamında "Senaryodan Televizyona Reklam Filmi Süreci" konulu etkinliğimiz gerçekleşti. Campfire kurucusu ve kreatif direktörü Yiğit Ayvazoğlu reklam kampanya süreçlerini örnekle eşeliğinde anlattı ve reklamcılık tecrübelerini paylaştı.





DEĞİŞEN DİJİTAL DÜNYA VE YAPAY ZEKA

“Reklam Üzerine Konuşmalar” serimiz kapsamında “Değişen Dijital Dünya ve Yapay Zeka” konulu etkinliğimiz gerçekleşti. Upon Insight Ceo’su Çağrı Çiftçi yapay zeka kavramını, reklam ve pazarlama dünyasındaki yapay zeka uygulamalarını anlattığı ve tecrübelerini paylaştığı etkinliğe öğrenciler yoğun ilgi gösterdi. Etkinlğin tamamını Youtube kanalımızdan izlemek için tıklayınız.





SEO VE DİJİTAL REKLAMCILIK

Ders içi etkinlik kapsamında, Öğr. Gör. Cem Arıdağ moderatörlüğünde “SEO ve Dijital Reklamcılık” temalı etkinliğimizi gerçekleştirdik. Walther Kranz Dijital Pazarlama Direktörü Emir Bilal Özkan, reklam ve pazarlama için SEO’nun önemini ve SEO güçlendirmenin taktiklerini anlattı.





AJANSLARDA ETKİLİ MARKA YÖNETİMİ

“Reklamcılık Bölüm Başkanımız Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öğe’nin moderatörlüğü eşliğinde TBWA Brand Director Deniz Yavuz ve TBWA Brand Supervisor İrem Aydoğan’nın konuk olduğu ‘Ajanslarda Etkili Marka Yönetimi’ konulu söyleşimiz 6 Mart 2024 tarihinde gerçekleşti.

Sektörün tecrübeli isimlerinin marka ve reklamcılığa dair değerli yorumlarıyla bizleri aydınlattığı söyleşimizin videosu YouTube kanalımızda yayında! TIKLAYIN





MARKA STRATEJİLERİNİN TEMELLERİ

“Reklam Üzerine Konuşmalar” serimiz kapsamında “Markaların Tarihsel Evrimi ve Temel Strateji” konulu etkinliğimizi gerçekleştirdik. Seval Strategy Works Şef Stratejisti İsmail Seval, günümüz dünyasında marka oluşumunu, markaların doğrularını ve yanlışlarını çok sayıda örnek eşliğinde anlattı.





MEDYANIN GELECEĞİNE DAİR PERSPEKTİFLER

Ders içi etkinlik kapsamında, Öğr. Gör. Cem Arıdağ moderatörlüğünde "Medyanın Geleceğine Dair Perspektifler" temalı etkinliğimizi gerçekleştirdik. 28 Mart Perşembe günü gerçekleşen söyleşide Aposto kurucusu Umutcan Savcı, dijital reklam panellerini, reklam yazılımlarını anlattı. Savcı'ya tecrübelerini paylaştığı için teşekkür ederiz.





B2B PAZARLAMA İLETİŞİMİ STRATEJİLERİ

"Reklam Üzerine Konuşmalar" serimiz kapsamında alanında başarılı isimlerden Kurumsal İletişim ve Marka Danışmanı Lebriz Akdeniz konuğumuz oldu! 💫
Bizlere "Kurumsal İletişimin Yeni Rolü" ve "B2B Pazarlama İletişimi Stratejileri" konularını anlattı. Çeşitli araştırmalar ve yaratıcı örnekler ile ufkumuzu genişletti.





DİJİTAL PAZARLAMADA YAPAY ZEKA KULLANIMI

"Reklam Üzerine Konuşmalar" serimiz kapsamında Bölüm Başkanımız Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge modaratörlüğünde gerçekleşen etkinliğimizde Bhouse Yazılım ve Markalaşma Ajansı kurucu ortağı Ali Aslan "Yapay Zeka Kullanımı" üzerine tecrübelerini bizlerle paylaştı. Aslan, yapay zeka uygulamalarının pazarlama alanındaki yerini ve önemini anlattı.





REKLAMDA HİKAYE ANLATICILIĞI

Ders içi etkinlik kapsamında Bölüm Başkan Yardımcımız Dr. Öğr. Üyesi Müge Öztunç moderatörlüğünde Routewit Creative Studio Kurucusu Serhat Doğan'ın katılımı ile "Reklamda Hikaye Anlatıcılığı" temalı etkinliğimiz gerçekleşti. Doğan, hikaye anlatıcılığı aracılığı ile kurumsal iletişimi güçlendirmenin taktiklerini anlattı. Söyleşinin sonunda yapılan workshop çalışması ile öğrenciler hem yaratıcılıklarını keşfetti hem de eğlenceli vakit geçirdiler.



YAZARLIK ATÖLYESİ

"Öğrenirsen Yaparsın" başlıklı atölye serisi kapsamında Reklamcılık Bölüm Başkanı **Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge** Reklamcılık bölümü öğrencileri ile "Yazarlık Atölyesi" çalışmalarını yürüttü. 7 hafta süren çalışmada 1. ve 2. sınıf öğrencileri ileride alacakları Yaratıcı Yazarlık, Reklam Yazarlığı gibi dersler öncesinde yazı deneyimi kazandı. Atölye çalışmalarına destek veren Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü **Dr. Öğr. Üyesi Metin Enes Dönmez** hocamıza da teşekkür ederiz.





KAMERA ÇEKİM EĞİTİMİ

"Öğrenirsen Yaparsın" başlıklı atölye serisi "Kamera Çekim Eğitimi" adlı çalışması Öğr. Gör. İbrahim Tarkan DOĞAN'ın anlatımıyla 27 Ekim Cuma günü 09.00-11.00 saatleri arasında R Blok -3 Tv Stüdyosunda gerçekleşti.



REKLAMDA ESTETİK YOLCULUK SERGİSİ

Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bölümü ve Reklamcılık Bölümü'nün ortaklaşa düzenlediği, Dr. Öğr. Üyesi Sema BULAT DEMİR'in küratörlüğünü üstlendiği Reklamcılık Bölüm öğrencilerinin eserlerinden oluşan "Reklamcılıkta Estetik Yolculuk" isimli sergi 4-5 Ocak tarihlerinde T Blok giriş katta gerçekleştirildi.









GEÇMİŞİN İZİNDE SERGİSİ

Fotoğraf Uygulamaları dersi kapsamında Öğr. Gör. Furkan Ruşen'in küratörlüğünde hazırlanan "Geçmişin İzinde" sergimizi hazırladık!
Furkan Ruşen hocamızın büyük emekleriyle öğrencilerimizin gözünden geçmişin izlerini gördüğümüz, fotoğraf ve illüstrasyonu birleştiren harika bir sergi oldu. Hocamıza ve öğrencilerimize bu nefis sergiden dolayı çok teşekkür ederiz.





ÜNİVERSİTE DIŞI ETKİNLİKLERİMİZ

2023-2024 EĞİTİM ÖĞRETİM YILI

İAÜ REKLAM ATÖLYESİ OLARAK BU YIL 10 SOSYAL ETKİNLİĞE KATILDIK!



Aktif Öğrencilik, Parlak Bir GELECEK!

Üniversite Dışı Etkinliklerimiz İAÜ Reklam Atölyesi içerisinde ayrı bir birim tarafından organize edilmektedir. Koordinatörlüğünü 4.sınıf öğrencimiz Aleyna Uluer ve 1.sınıf öğrencimiz Hazal Bingöl'ün üstlendiği dış etkinlikler, zaman-mekan-katılımcı planlaması ile gelecekteki büyük çapta etkinlikler için tecrübe edinmektedir.

Bu birimde çalışan öğrencilerimiz; etkinliklerin takibi ve katılımından sorumluyken kendilerini genel kültür ve yaratıcılık konusunda geliştirir, etkinliklerin aylık ve haftalık raporlanmasından sorumlu olarak koordineli bir şekilde çalışır ve sosyal medya hesaplarımız için düzenli içerik oluşturur. Böylece öğrencilerimiz işin mutfağında, hem öğrenerek hem eğlenerek çalışma şansına sahip olmaktadır. Bu kapsamda İAÜ Reklam Atölye'sinin temel hedefi alan ile ilgili tüm etkinliklerden maksimum fayda elde etmek ve öğrencilerimizin daha girişken, aktif birer birey olmasını sağlamaktır.

"Dış Etkinlikler" sayfalarında katılım sağladığımız pek çok dış etkinliği bulacaksınız.

DIŞ ETKİNLİKLER

Seramik Atölyesinde Hünerlerimizi Sergiledik

Reklam Atölyesi dış etkinlik koordinatörlerimizden Aleyna Uluer'in organizasyonuyla Studio No:24 Nişantaşı ev sahipliğinde seramik atölyesine katıldık.





Hocalarımızın ve koordinatörlerimizin de katılığı ekipçe güzel vakit geçirirken yaratıcı yönümüzü de geliştirdiğimiz, çeşitli bardaklar yapmaya çalıştığımız çok eğlenceli anlar yaşadık.



DIŞ ETKİNLİKLER

Unite Edelman Ajans Ziyareti gerçekleştirdik



İAÜ Reklam Atölyesi 15 öğrencisi ile 29 Mart Cuma günü UNITE Edelman'a konuk oldu. Unite Edelman Yönetim Kurulu Başkanı Osman Arıdağ, Unite Edelman Ajans Başkanı Işıl Arıdağ, Başkan Yardımcıları Cem Arıdağ ve Ayşegül Kulu, öğrencilere ajanstaki iş süreçlerini anlattılar ve sektör hakkındaki tecrübelerini paylaştılar.



DIŞ ETKİNLİKLER

Brand Week İstanbul'da bu yıl da yerimizi aldık

Öğrencilerimiz ve Bölüm Başkanımız Doc. Dr. Gonca Yıldırım Öge ile Brand Week İstanbul'da yerimizi aldık!





Reklamcılık Bölüm Başkanı Doç. Dr. Gonca YILDIRIM'ın Brand Week İstanbul etkinliğini anlattığı yazısı İAÜ Reklam blogunda yayınlandı. Okumak için TIKLAYINIZ

Zirve23'te yeniliklerle tanıştık

Gençlerin atölyeler, akademiler ve girişimcilik programıyla tecrübe kazanarak yetkinliklerini geliştirmelerini hedefleyen ZİRVE23 elemelerini geçen öğrencilerimiz katılım gösterdi.



DIŞ ETKİNLİKLER

17. Adhere Reklamcılık Günleri'yle bir araya geldik

"Ad Knows No Bounds" mottolu 17. Adhere Reklamcılık Günlerine, İAU Reklam Atölyesi olarak katılım sağladık!





Boğaziçi Marka Zirvesi'nde buluştuk

Reklam Atölyesi öğrencileri olarak "11. Boğaziçi Marka Zirvesi"ne katıldık! Her yıl düzenli olarak katılmaya çalıştığımız etkinliklerden biri de bu! Bir şekilde kendi içimizde organize olup tecrübeleri ve marka hikayelerini dinlemekten keyif alıyoruz.

DIŞ ETKİNLİKLER



Anıtkabir Ziyareti

İAÜ Reklam Atölyesi öğrencileri 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü sebebiyle Cumhuriyetimizin kurucusu Ulu Önder Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ü Antıkabir'de ziyaret etti.



Canva Kariyer Zirvesi

Canva Kariyer Zirvesi'ne İAU Reklam Atölyesi öğrencileri olarak katıldık!



İstanbul Aydın Üniversitesi 16. İletişim Ödülleri

Üniversitemizin "16. İletişim Ödülleri" töreninde Reklam Atölyesi öğrencilerimiz de görev aldı.

DIŞ ETKİNLİKLER



9. EURIE Avrasya Yükseköğretim Zirvesi

Reklam Atölyesi olarak “9. EURIE Avrasya Yükseköğretim Zirvesi”ne katılım sağladık.

Köy Okulları Kütüphane Projesi

İAÜ Reklam Atölyesi tarafından başlatılan proje sonucunda toplanan kitaplar AKEV aracılığı ile köy okullarına ulaştı.



YOUTUBE

İAÜ Reklam Atölyesi Öğrencileri İçin Canva Eğitimi

İAÜ Reklam Atölyesi öğrencileri için açılan Canva hesabında sıfırdan tasarım oluşturma, şablon özelleştirme, ekip arkadaşları ekleme, kayıt ve giriş işlemleri ve taslak düzenleme başlıklı eğitim videoları İAÜ Reklam Atölyesi Youtube hesabında yayımlandı.
İzlemek için tıklayınız!





Cumhuriyetimizin 100. yılına özel reklam filmlerini İAÜ Reklamcılık...

174 görüntüleme • 8 ay önce

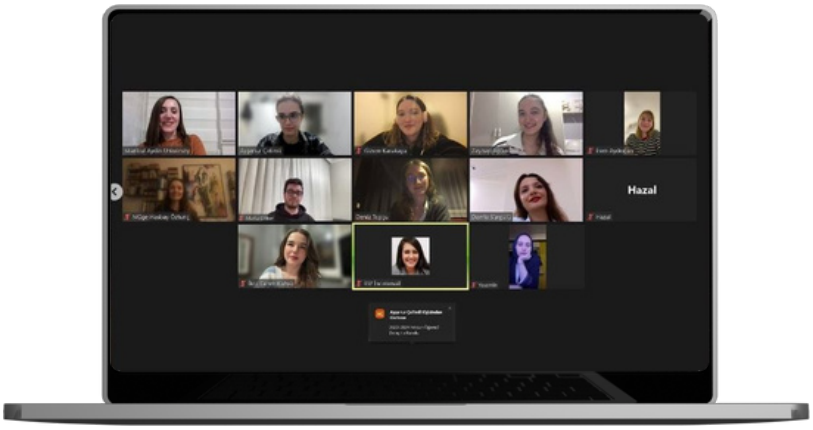
Cumhuriyetimizin 100. yılına özel reklam filmlerini İAÜ Reklamcılık Bölüm Başkanı Doç. Dr Gonca Yıldırım, Dr. Öğr. üyesi Müge Öztunç ve Öğr. Gör. Benian Kalafatoğlu yorumladı. Bölümü izlemek için tıklayınız.

Danışma Kurulu Toplantısı



Reklamcılık Bölümü 2023-2024 Eğitim-Öğretim Yılı Danışma Kurulu Toplantısı 5 Şubat 2024 tarihinde Zoom üzerinden gerçekleşti. Başkanlığını Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE'nin yaptığı toplantıya K A R P A T Creative Group Head Alper BAYRAM, UNITE Edelman Yaratıcı Strateji Yönetimi Başkan Yardımcısı Cem ARIDAĞ, Trouw Nutrition Türkiye Pazarlama Müdürü Savaş CENEVİZ, Argos Reklam Başkanı İbrahim YOĞURTÇU, Benian KALAFATOĞLU, Murat KARSLIOĞLU ve Reklamcılık Bölümü Öğretim Elemanları katılım gösterdi.

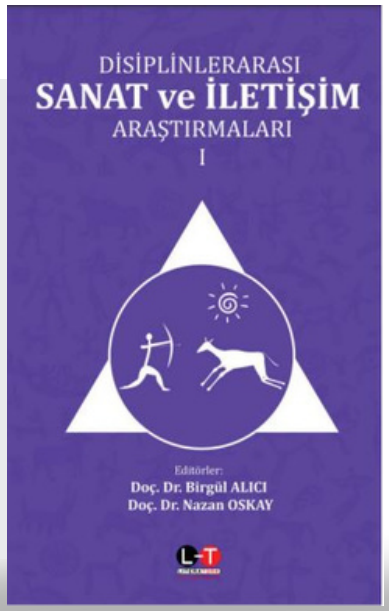
Mezun Danışma Kurulu Toplantısı

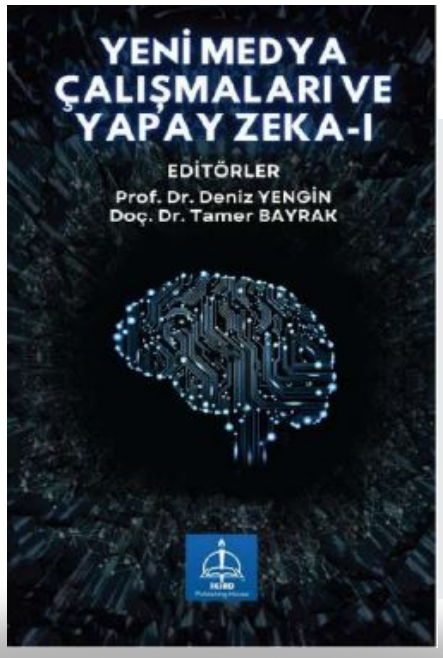


Reklamcılık Bölümü 2023-2024 Eğitim-Öğretim Yılı Mezun Danışma Kurulu Toplantısı 6 Şubat 2024 tarihinde Zoom üzerinden gerçekleşti. Başkanlığını Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE'nin yaptığı toplantıya TBWA İstanbul Brand Supervisor İrem AYDOĞAN, TBWA İstanbul-Sr. Social Media Manager Gizem KARAKAYA & Zeynep AYDIN, 221B Animasyon Stüdyosu ve Pat Medya Reklam Yapım Şirketi Genel Koordinatörü Yasemin KAPÇIK, Blab Reklam Ajansı Middle Social Media Project Manager Mutlu GÖKER, Karpat Sosyal Medya Yöneticisi Deniz TOPÇU, D-Option B2B Performance Marketing Intern Damla SÜRGÜLÜ ve Reklamcılık Bölümü Öğretim Elemanları katılım gösterdi.

AKADEMİK YAYINLAR

Reklamcılık Bölümü **Doç. Dr. Müge ÖZTUNÇ** tarafından kaleme alınan Postmodern Anlatı ve "Tüketim Kültürünün Kore Dizileri Sanat İçeriklerinde Sunumu: Dali ve Cocky Prince Dizisi Örneği" başlıklı kitap bölümünün de yer aldığı "Disiplinlerarası Sanat ve İletişim Araştırmaları" kitabı Literatürk yayınlarından çıktı.





Reklamcılık Bölümü Başkanı **Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE**'nin kaleme aldığı "Dijitalleşen ve Yapay Zeka ile Şekillenen Dünyada Pazarlama İletişimi" başlıklı kitap bölümü Yeni Medya Çalışmaları ve Yapay Zeka – I kitabı içinde IKSAD yayınları tarafından yayınlandı.

BİLİMSEL PROJELER

1 TÜBİTAK
1 BAP

TÜBİTAK

Proje Yürütücülüğünü **Dr. Öğr. Üyesi Müge Öztunç**'un yaptığı "Kültürel İfade Aracı Olarak Müziğin Sokaktan Dijitale Performans Dönüşümü ve Etkileri Üzerine Uygulamalı Bir Analiz" konulu **BAP Projesi** devam etmektedir. Dr. Öğr. Üyesi Veli Boztepe, Dr. Öğr. Üyesi Umur Bedir, Dr. Öğr. Üyesi Engin Başçı, **Arş. Gör. Azime Ayşenur Çelimli Akgül** projede araştırmacı olarak yer almaktadır.

Gazetecilik Bölüm Başkanı Doç. Dr. Sertaç Kaya yürütücülüğünde (Dr. Öğr. Üyesi Burhan Kılıç; Dr. Öğr. Üyesi Sema Bulat Demir; **Arş. Gör. Elif İnceismail'in** araştırmacı; Arş. Gör. Gizem Uyanık'ın bursiyer olduğu) TÜBİTAK 3005 başvurusu bulunmaktadır. Süreç devam etmektedir.

.



DİĞER AKADEMİK YAYINLAR

4 AKADEMİK MAKALE 2 BİLDİRİ



Pamukkale Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute

ÜLKE TANITIMINDA KÜLTÜREL DİPLOMASİNİN ÖNEMLİ BİR ARACI OLARAK ULUSAL KÜLTÜR ENSTİTÜLERİNİN ROLÜ

Gonca YILDIRIM*, Salİha Meltem KOÇ KAPLAN**

Öz

Anahtar kelimeler: Ülke Tanıtımı, Kültürel Diplomasi, Kamu Diplomasisi, Ulusal Kültür Enstitüleri, Yunus Emre Kültür Enstitüsü.

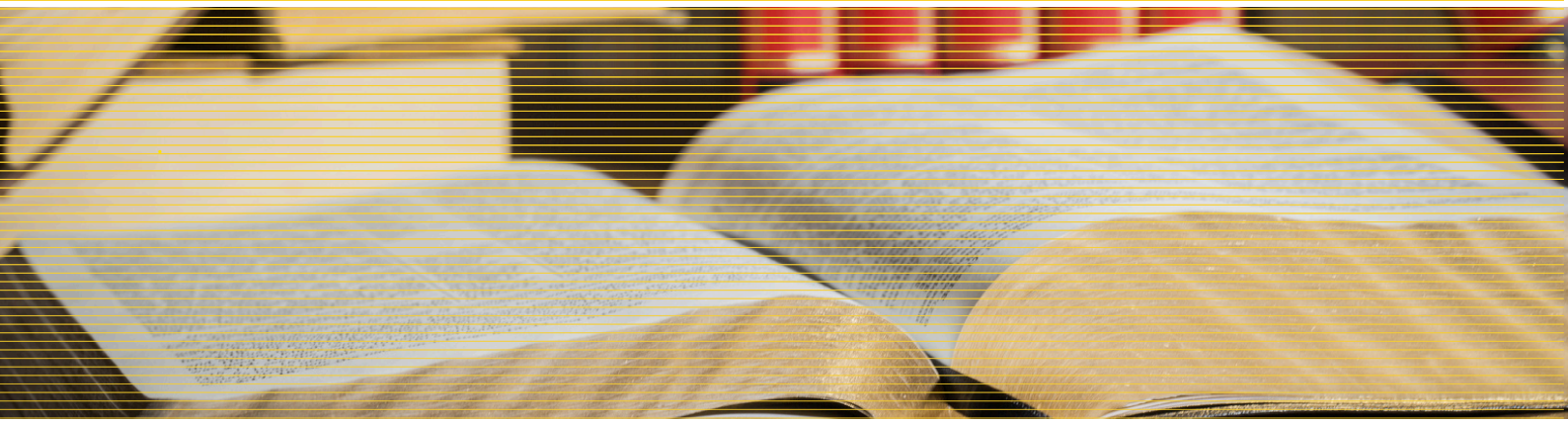
THE ROLE OF NATIONAL CULTURAL INSTITUTES AS AN IMPORTANT TOOL OF CULTURAL DIPLOMACY IN NATIONAL PUBLICITY

Abstract

- Reklamcılık Bölüm Başkanı **Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE**'nin Öğr. Gör. Meltem KOÇ KAPLAN ile kaleme aldığı "Ülke Tanıtımında Kültürel Diplomasinin Önemli Bir Aracı Olarak Ulusal Kültür Enstitülerinin Rolü" başlıklı makale Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 59. Sayısında yayımlandı.

- Reklamcılık Bölüm Başkanı **Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE** Üsküdar Üniversite'nin 15-17 Mayıs 2024 tarihleri arasında düzenlediği 11. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Eşitsizlik ve Veri Sömürgeciliği Sempozyumunda "Yapay Zeka Ekseninde Yaratıcılık: Reklam Ajanslarının Yapay Zeka Araçlarını Kullanma Motivasyonları" başlıklı bildirisini sundu.





DİĞER AKADEMİK YAYINLAR



Journal of Communication Science Researches - JBAD
ISSN: 2757-8496, January 2024 Volume 4 Issue 1, p.32-52

PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE YEŞİL GİYİM SATIN ALMA DAVRANIŞI ÜZERİNE BİR ANALİZ

Müge ÖZTUNÇ
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
mugeoztunc@aydin.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-4514-7386

Yasemin YAPRAK
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
yaseminyaprak@stu.aydin.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-1332-8553

Atıf | Öztunç, M. & Yaprak, Y. (2024). Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Yeşil Giyim Satın Alma Davranışı Üzerine Bir Analiz. Journal of Communication Science Researches, 4 (1), 32-52.

ÖZ

Günümüzde tüketicilerin çevre bilinci kazanmasıyla birlikte sürdürebilirlik kavram oldukça önem kazanmış ve pek çok sektörde kendini göstermeye başlamıştır. Moda sektörü de bu kavramdan etkilenen bir sektör olmuştur. Özellikle "hızlı moda" kavramının ortaya çıkmasıyla markaların ürünlerini satın alırken tüketici daha dikkatli satın alma davranışı göstermeye başlamıştır. Hızlı moda sektöründe olan global markalar ise yeşil ürün kategorilerini giderek geliştirmektedir. Türkiye'de de faaliyet gösteren bu markalar Türk tüketicisi ile de bu ürünleri buluşturmuşlardır. Bu çalışma, bu markalardan biri olan H&M markası üzerinden 18-35 yaş arası 342 H&M kullanıcısı ile çevrimiçi anket tekniği ile toplanan verileri bir model üzerinden analiz etmektedir. Tüketicilerin çevre ile ilgili sorunların farkında olma ve bunların çözümüne kişisel olarak katkıda bulunma istekliliğini gösterme derecesini ölçen "çevresel kaygılar", bireylerin ahlaki standartlarını ve ilgili davranışta bulunma yükümlülüklerini ifade eden "öznel normlar", tüketicilerin bir ürünün veya hizmetin faydasının değerlendirilmesine dayalı olarak ürünün değeri hakkındaki görüşlerini ölçen "algılanan değerler" ve bu faktörlerin satın alma tutumu ve satın alma davranışına etkisi planlı davranış teorisi (PDK) temel alınarak oluşturulan model açıklayıcı faktör Analizi, doğrulayıcı Faktör Analizi, YEM- Yol analizi gibi yöntemlere başvurularak test edilmiştir. Analiz sonucunda algılanan değer ile satın alma davranışı arasında istatistiki bir anlamlılığa rastlanmamış, algılanan değer ile satın alma tutumu ve satın alma tutumu ile satın alma davranışı arasında pozitif yönlü bir ilişki kaydedilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Sürdürülebilir Moda, Tüketici Davranışları, Yeşil Satın Alma Tutumu, Planlı Davranış Teorisi.*

AN ANALYSIS ON GREEN PURCHASING BEHAVIOR WITHIN THE FRAMEWORK OF THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR

ABSTRACT

In recent times, heightened consumer environmental consciousness has underscored the significance of sustainability, permeating various sectors. The fashion industry, in particular, has witnessed the impact of this paradigm shift. The advent of "fast fashion" has prompted consumers to exhibit more discerning purchasing behavior when engaging with brand products. Consequently, major global brands operating in the fast fashion sector have progressively introduced green product categories to cater to the demands

Submit Date: 11.07.2023, Acceptance Date: 21.11.2023, DOI NO: 10.5281/zenodo.10182424 32
Research Article - This article was checked by iThenticate
Copyright © Journal of Communication Science Researches

- Reklamcılık Bölümü **Doç. Dr. Müge ÖZTUNÇ**'un yüksek lisans öğrencisi Yasemin Yaprak ile kaleme aldığı "PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE YEŞİL GİYİM SATIN ALMA DAVRANIŞI ÜZERİNE BİR ANALİZ" başlıklı makalesi Journal of Communication Science Researches dergisi 1.sayısında yayımlandı.



Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi / Turkish Review of Communication Studies • Yıl/Year: 2023 • Sayı/Issue: Özel Sayı/Special Issue
ss/pp. e19-44 • ISSN: 2630-4228 • DOI: 10.17829/turcom.1308989

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

Institutionalization of Science Communication in Universities of Türkiye: A Qualitative Analysis of Central Communication Units*

Türkiye'deki Üniversitelerde Bilim İletişiminin Kurumsallaşması: Üniversitelerin Merkezi İletişim Birimleri Üzerine Nitel Bir Analiz

Müge ÖZTUNÇ**
Ahmet SUERDEM***
Umur BEDİR****

Abstract

In contemporary policy documents and academic literature, the significance of institutional actors, particularly universities, in the communication and interaction processes between science and society is increasingly emphasized. This study aims to explore the science communication activities carried out by central communication units of universities in Türkiye, the distribution of these activities among sub-units within universities, the priorities and motivations for such activities, and the problems encountered in the institutionalization of science communication. Using a qualitative research method, semi-structured in-depth interviews were conducted with senior officials from 20 public and foundation universities in Türkiye, and a thematic analysis approach was utilized to analyze the coded data. The results indicate that while there are noteworthy differences between public and foundation universities, central communication units prioritize routine and one-way science communication activities categorized as PR and Marketing, while Public Engagement and Public Affairs activities involving dialogue are carried out to a more limited

* This article is an output of the project titled "Institutional Communication Activies of Universities in the Context of Public Engagement With Science" and numbered 220K306, supported by the Scientific and Technological Research Council of Turkey (TUBITAK) 1002 Short Term R&D Funding Program.Permission for the study was obtained from the Istanbul Aydın University Social Sciences Ethics Committee Commission with a decision dated May 26, 2021, and numbered 2021/6.
** Assist. Prof. Dr., İstanbul Aydın University, Department of Advertisement, İstanbul, Türkiye. E-mail: mugeoztunc@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4514-7386
*** Prof. Dr., İstanbul Bilgi University, Business Administration Department, İstanbul, Türkiye. E-mail: ahmet.suerdem@bilgi.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5692-8594
**** Assist. Prof. Dr., İstanbul Aydın University, Department of TV News and TV Program Making, İstanbul, Türkiye. E-mail: umurbedir@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6313-4028

Makale Geçmişi / Article History e19
Gönderim / Received: 02.06.2023
Düzeltme / Revised: 06.08.2023
Kabul / Accepted: 17.08.2023

- Reklamcılık Bölümü **Doç. Dr. Müge ÖZTUNÇ**, Dr. Ahmet SUERDEM ve Dr. Umur BEDİR ile kaleme aldığı "Institutionalization of Science Communication in Universities of Türkiye: A Qualitative Analysis of Central Communication Units" başlıklı makalesi Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi'nde Özel Sayısı'nda yayımlandı.



DİĞER AKADEMİK YAYINLAR



Research Article / Araştırma Makalesi

Abant Sosyal Bilimler Dergisi
Journal of Abant Social Sciences
2024, 24(1): 56-75, doi: 10.11616/asbi.1391248

Film Pazarlama Stratejilerinde Transmedya Etkisi: Barbie Örneği

Transmedia Effect in Film Marketing Strategies: The Barbie

Buket AKDEMİR DİLEK[1], **Azime Ayşenur ÇELİMLİ AKGÜL**[2]

Geliş Tarihi (Received): 15.11.2023 **Kabul Tarihi (Accepted):** 06.02.2024 **Yayın Tarihi (Published):** 25.03.2024

Öz: Transmedya araçlarından biri olan sinema, reklam faaliyetlerini tutundurma amacıyla aktif olarak kullanılırken, son yıllarda sosyal medyayı kullanması dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın konusu olan Temmuz 2023'te vizyona giren *Barbie* filmi yapımcıları, geleneksel reklam mecralarının ötesinde dijital dünyada bir Barbie ekosistemi oluşturmayı hedefleyerek dünyanın dört bir yanında Instagram Influencerları ile anlaşma yapmıştır. Pazarlama bütçesinin filmin yapım maliyetinden yüksek olması sinemada reklam faaliyetlerinin önemini kanıtlar nitelikktedir. Araştırmada Barbie'nin resmi Instagram ve Youtube kanalı ile Türkiye'de en çok izlenen Barbie içerikli Reels'ların karşılaştırılması yapılmıştır. Farklı kategorilerde Türkçe içerik üreten amaçlı örneklemde seçilen 5 influencerın reelsları içerik çözümlemesi yöntemiyle incelenmiştir. Transmedya hikâye anlatıcılığında kullanılan 10 maddeye göre videoların içerikleri tablolaştırılarak yorumlanmıştır. *Barbie* filmi örneğiyle, transmedya bünyesinde ürünün de ötesine geçen dijital içerik üreticilerinin (influencerların) hazırladığı içerikler, yeni bir pazarlama stratejisi olarak değerlendirilmesi söz konusu tartışmalardandır.

Anahtar Kelimeler: *Barbie* filmi, Transmedya, Dijital kültür, Sosyal medya, Sinema, Reklam.

&

Abstract: Cinema, one of the transmedia tools, has been actively used for advertising activities, and its use of social media in recent years is noteworthy. The producers of the Barbie movie, which is the subject of this study and was released in July 2023, aimed to create a Barbie ecosystem in the digital world beyond traditional advertising media, and made agreements with Instagram Influencers all over the world. The fact that the marketing budget is higher than the film's production cost proves the importance of advertising activities in cinema. In the research, a comparison was made between Barbie's official Instagram and Youtube channel and the most watched Barbie content Reels in Turkey. The reels of 5 influencers who produce Turkish content in different categories selected with purposive sampling were examined with the content analysis method. The contents of the videos were tabulated and interpreted according to the 10 items used in transmedia storytelling. With the example of the Barbie movie, the contents prepared by digital content producers (influencers) that go beyond the product within transmedia are considered as a new marketing strategy among the discussed issues.

Keywords: *Barbie* movie, Transmedia, Digital Culture, Social media, Cinema, Advertising.

Atıf/Cite as: Akdemir Dilek, B., Çelimli Akgül, A. A. (2024). Film Pazarlama Stratejilerinde Transmedya Etkisi: Barbie Örneği. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 56-75. doi: 10.11616/asbi.1391248

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. https://dergipark.org.tr/tr/pub/asbi/policy

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2000 – Bolu

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Buket Akdemir Dilek, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, buket.akdemir@hku.edu.tr, (Sorumlu Yazar)
[2] Arş. Gör., Azime Ayşenur Çelimli Akgül, İstanbul Aydın Üniversitesi, azimeayseneurcelimli@aydin.edu.tr

- Reklamcılık Bölümü **Arş. Gör. Azime Ayşenur ÇELİMLİ AKGÜL'ün** Dr. Öğr. Üyesi Buket Akdemir Dilek ile kaleme aldığı "Film Pazarlama Stratejilerinde Transmedya Etkisi: Barbie Örneği" başlıklı makale Abant Sosyal Bilimler Dergisi 24. Sayısında yayımlandı.

- Reklamcılık Bölümü **Arş. Gör. A. Ayşenur ÇELİMLİ AKGÜL,** Apart Sanat Derneği'nin düzenlemiş olduğu Uluslararası Kısa Film Video ve Fotoğraf Sempozyumu'nda "Sanat ne der?" oturumunda "Dünyayı Sanatla Kurtarmak Mümkün mü?: Sanat Eserlerini Hedef Alan İklim Hareketinin İncelenmesi" başlıklı bildirisini sundu.





DİĞER AKADEMİK YAYINLAR



- Reklamcılık Bölüm Başkanı **Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE** 8-9 Mayıs 2024 tarihinde Universtad Isebal I tarafından gerçekleştirilecek I.International Conference on Research Trends in Communication'ın bilim kurulunda yer almaktadır.



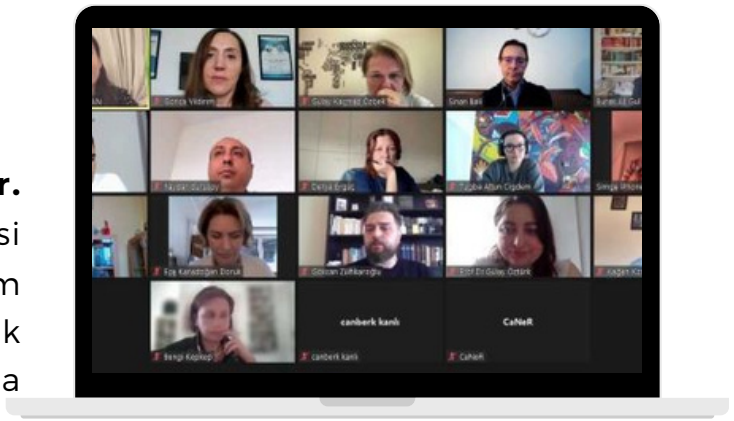
DİĞER AKADEMİK VE SOSYAL ÇALIŞMALAR

15. KURUMSAL SORUMLULUK ZİRVESİ



Reklamcılık Bölüm Başkanı **Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE** ve Başkan Yardımcısı **Doç. Dr. Müge ÖZTUNÇ** 5 Mart 2024 tarihinde düzenlenen Türkiye Kurumsal Sorumluluk Derneği'nin "Etik Etki İzdüşümü" temalı 15. Kurumsal Sorumluluk Zirvesi'ne katıldı.

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ HALKLA İLİŞKİLER TANITIIM BÖLÜMÜ DANIŞMA KURULU TOPLANTISI



Reklamcılık Bölümü Başkanı **Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nün Danışma Kurulu Üyesi olarak 18 Nisan 2024 tarihindeki toplantısına katıldı.

TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ OLAĞAN GENEL KURUL TOPLANTISI



TÜHİD'in (Türkiye Halkla İlişkiler Derneği) 14 Mayıs 2024 tarihinde düzenlenen yeni dönem başkanı ve yönetim kurulunun seçiminin yapıldığı Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda TÜHİD üyesi olan Reklamcılık Bölüm Başkanı Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge de hazır bulundu.

DİĞER AKADEMİK ÇALIŞMALAR

II. ULUSLARARASI İLETİŞİM, DİJİTALLEŞME VE TOPLUM SEMPOZYUMU

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi ve TÜBİTAK iş birliğiyle düzenlenen II. Uluslararası İletişim, Dijitalleşme ve Toplum Sempozyumu'nda Açılış Oturumu sunumu ve 1. Oturum başkanlığını Reklamcılık Bölüm Başkanı **Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge,** gerçekleştirdi.



II. ULUSLARARASI İLETİŞİM, DİJİTALLEŞME VE TOPLUM SEMPOZYUMU

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi ve TÜBİTAK iş birliğiyle düzenlenen II. Uluslararası İletişim, Dijitalleşme ve Toplum Sempozyumu'nda .3. Oturum başkanlığını Reklamcılık Bölümü Başkan Yardımcısı **Doç. Dr. Müge Öztunç** gerçekleştirdi.



AKRAN ZORBALIĞI PANELİ

118 T Yönetim Çerçevesi Federasyonu aktivitesi olarak, Topağacı ve Barbaros, Fulya Lions kulüpleri ev sahipliğinde düzenlenen, "Akran Zorbalığı" paneli, İstanbul Aydın Üniversitesi Reklamcılık Bölüm **Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge** ve İstanbul Aydın Üniversitesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü Başkanı Nur Emine Erkoç ve İstanbul Aydın Üniversitesi Psikoloji Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Engin Eker'in katılımlarıyla gerçekleştirildi.



DİĞER AKADEMİK ÇALIŞMALAR

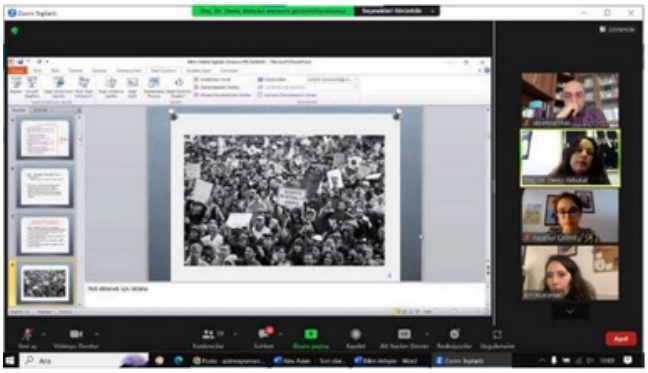
BUSINESS TÜRK - İŞ'İN ASLI PROGRAMI

Reklamcılık Bölüm Başkanı **Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE**, Business Türk Channel kanalında Hidayet ERDEM İle İş'in Aslı adlı programına konuk oldu. Değişen kurumsal iletişim, reklam ve pazarlama eğilimlerinin konuşulduğu program 1 Kasım 2023 tarihinde gerçekleşti.



CUMHURİYET'İN 100. YILINDA HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMDA BİLİM İLETİŞİMİ EĞİTİMİ

TÜBİTAK 2237 Eğitim Etkinlikleri Destekleme Programı kapsamında Türkiye Cumhuriyeti'nin 100. Yılı'na ithafen organize edilen Cumhuriyet'in 100. Yılında Halkla İlişkiler ve Reklamda Bilim İletişimi Eğitimi online olarak 30.11.2023 - 01.12.2023 tarihlerinde gerçekleşti. Eğitime Reklamcılık Bölümü **Arş. Gör. Azime Ayşenur ÇELİMLİ AKGÜL** ve **Arş. Gör. Elif İNCEİSMAİL** katıdı.



BORUSAN KOCABIYIK VAKFI "CUMHURİYETİN YÜZÜ SERGİSİ"

Reklamcılık Bölüm Başkanı **Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE**, 3 Aralık 2023 tarihinde üyesi olduğu Türkiye Halkla İlişkiler Derneği'nin (TÜHİD) düzenlediği Borusan Kocabıyık Vakfı'nın "Cumhuriyetin Yüzü Sergisi"ni ziyaret etti.



DİĞER AKADEMİK ÇALIŞMALAR

TÜRKİYE KURUMSAL SORUMLULUK DERNEĞİ YÖNETİM KURULU ÜYELİĞİ

Türkiye Kurumsal Sorumluluk Derneği'nin (TKSD) 17 Mayıs 2024' te yeni dönem başkanı ve yönetim kurulunun seçiminin yapıldığı 7. Olağan Genel Kurul Toplantısında Reklamcılık Bölüm Başkanımız Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge yeni dönem yönetim kurulu üyesi olarak seçildi.



İAÜ 2024 MEZUNİYET PROGRAMI

Reklamcılık Bölüm Başkanımız Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge, 29-30 Haziran 2024 tarihlerinde 4 oturum şeklinde düzenlenen 2024 Mezuniyet Törenlerinin sunumlarında görev aldı.







KÜNYE

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
REKLAMCILIK BÖLÜMÜ

2023-2024 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 V. / Başkan V.)
Prof. Dr. Selahattin YILDIZ (Dekan)
Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE (Reklamcılık Bölüm Başkanı)
Doç. Dr. Müge ÖZTUNÇ (Reklamcılık Bölüm Başkan Yardımcısı)

YAYINA HAZIRLAYAN:
Arş. Gör. Elif İNCEİSMAİL
Arş. Gör. A. Ayşenur ÇELİMLİ AKGÜL
Dilara Yüksel
Ceyda Kayatürk
Melis Yeşilyurt

İLETİŞİM