

10.



altınpusula

Halkla İlişkiler Ödülleri

TÜHİD

TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ



Altın Pusula 10 yaşında...

TÜHİD Altın Pusula Halkla İlişkiler Ödülleri on yaşına ulaştı... Zaman nasıl da geçiyor, daha dün yönetmelik hazırlıyorduk Meral Saçkan Başkan ile birlikte...

İş Dünyası, ilk günden itibaren Altın Pusula'nın destekçisi oldu. Yöneticiler, kuruluşların gelecek tasarımının iletişimden geçtiğini biliyorlar. İletişimin iş süreçlerine katkısı kabul edildi. Kamu ve özel sektörün iletişim sektörünün büyümesine katkısını, iletişimin sürekliliğinin önemini iş dünyasının benimsemesini artık net olarak görebiliyoruz.

10. Altın Pusula'da 135 iletişim projesi, 45 genç iletişimci yarıştı. Proje sayısındaki önemli artış, biz iletişimcileri inanılmaz sevindiriyor. Dünya eğiliminde olduğu gibi, Türkiye'de de büyüyen bir sektörümüz var. Büyümeye paralel olarak projelerin süreklilik taşıyacağına ve artacağına inanıyoruz.

İletişim Projeleri, kuruluşların geleceğini tasarlıyor. Global rekabet düzeninde ise kuruluşların farklılık yaratılmasına fazlasıyla ihtiyaçları bulunuyor. "İletişim" projelerinin sürekliliği ve Altın Pusula'nın çok daha gelişerek ve artan projelerle kendi rekorunu defalarca kırması dileğiyle...

Sevgi ve Saygılarımızla,

Fügen Toksü
Yönetim Kurulu Başkanı
TÜHİD - Türkiye Halkla İlişkiler Derneği

Conrad Hotel, İstanbul
18 Nisan 2011, Pazartesi

10.

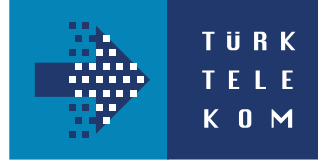


DESTEKLEYEN KURULUŞLAR





Stratejik Partner



BRANDage



MediaCat



MEMORIAL medusa
MARKETING | STRATEGY | EVENT MANAGEMENT



PROMOQUBE

trafficurye



Sponsorlarımıza teşekkürlerimizle

ÇİĞDEM ANTLI

ÇİĞDEM DEMİRBİLEK

ÖZLEM ERSÖZ

FEYZA GÜLEÇ

RAYKA YEŞİLBAHAR

10.



Sibel Asna

A&B İletişim Yönetim Kurulu Başkanı

İsmail Bayazıt

Türk Telekom Pazarlama İletişimi Bölüm
Başkanı

Aynur Bektaş

Hey Tekstil CEO
TOBB Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı

Ali Haydar Bozkurt

Toyota Türkiye CEO

Murat Ermert

Yapı Kredi Bankası Kurumsal İletişim
Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı

Murat Karakaya

T.C. Başbakanlık Basın - Yayın ve
Enformasyon Genel Müdürü

Doç. Dr. Temel Kotil

THY Genel Müdürü

Emre Kurttepelı

MYNET Yönetim Kurulu Başkanı

Vahap Munyar

Hürriyet Gazetesi Ekonomi Müdürü
Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Başkan
Yardımcısı

Prof. Dr. Halil Nalçaoğlu

Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı

Zuhal Tucker Şeker

Yıldız Holding Kurumsal İletişim Genel
Müdürü

**Prof. Dr. Melda Cinman
Şimşek**

Marmara Üniv. İletişim Fakültesi Dekanı

Feyzan Top

Dünya Gazetesi Yönetim Kurulu Üyesi

Zeynep Yalım Uzun

Unilever Türkiye Ev ve Kişisel Bakımdan
Sorumlu Başkan Yardımcısı

Abdurrahman Yıldırım

Habertürk Gazetesi Ekonomi Köşe Yazarı

Fügen Toksü

Toksü&Chase Halkla İlişkiler
Türkiye Halkla İlişkiler Derneği Başkanı
TOBB Türkiye Medya ve İletişim Meclisi
Başkan Yardımcısı
İnternet Medyası Derneği Başkan
Yardımcısı

10.



Serhat Akkılıç

Project House Yönetici Ortağı

Özgür Alaz

Promoqube Genel Müdürü

Yurtsan Atakan

Neobiz Dijital Ajansı

İcra Başkanı

Akşam Gazetesi Yazarı

İsmail Bayazıt

Türk Telekom Pazarlama İletişimi

Bölüm Başkanı

Bârika Göncü

BG İletişim Yönetim Kurulu Başkanı

TÜHİD Yönetim Kurulu Üyesi

TOBB Türkiye Medya ve İletişim

Meclisi Üyesi

IDA Yönetim Kurulu Üyesi

Serdar Kuzuloğlu

Radikal Gazetesi Teknoloji Editörü

Yrd. Doç. Dr. Erkan Saka

Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi

Öğretim Görevlisi

Uğur Şeker

Dijital Büro İstanbul Genel Müdürü

Atıf Ünalı

IPTV Derneği Başkan Yardımcısı

World Travel Channel Bilişim Grubu

Koordinatörü

Fügen Toksü

Toksü&Chase Halkla İlişkiler

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği

Başkanı

TOBB Türkiye Medya ve İletişim

Meclisi Başkan Yardımcısı

İnternet Medyası Derneği Başkan

Yardımcısı



10.

1. ALTIN PUSULA ÖDÜLLERİNİ KAZANAN KURULUŞ VE PROJELER

Toplumsal Projeler

Aygaz Ev Kazalarına Karşı Uyarıyor
MPR Halkla İlişkiler

Kurum İçi İlişkiler

Kalite Günü 2000
Eczacıbaşı Holding

Pazarlama İletişimi

Petit Danone Kupası
DanoneSA

Etkinlik Yönetimi

Türkiye'den Coca Cola Şişeleri
Medyaevi

Kültür Sanat

Altın Harfler
Sabancı Holding

Sosyal Çevre İlişkileri

Solo/Enfeksiyon Hastalıklarına Dikkat
MPR Halkla İlişkiler

Finansal Projeler

Halka Arz
Turkcell

Sivil Toplum Kuruluşu

10 Milyar Meşe
TEMA

10.



2. ALTIN PUSULA ÖDÜLLERİNİ KAZANAN KURULUŞ VE PROJELER

Özel Ödül

TL'ye İtibar Kampanyası
Ankara Ticaret Odası

Büyük Ödül

DHL, "Buy Now From Turkey" Kampanyası
Pronto Halkla İlişkiler ve DHL

Toplumsal Projeler

Trafik Güvenliği Etkinlikleri
Shell

Pazarlama İletişimi

Ronald McDonald Çocuk Kulübü
MPR Halkla İlişkiler

Etkinlik Yönetimi

Apple Bilkom I-Can Film ve Müzik Yarışması
Global Tanıtım

Kültür - Sanat

Burhan Doğançay Retrospektif Sergisi
Dr. Nejat Eczacıbaşı Vakfı

Çevre

"Çevremiz Tertemiz" Yerel İletişim Projesi
Arçelik

Sivil Toplum Kuruluşları

Şifo Mehmet Jübileşi
Eğitim Gönüllüleri Vakfı

10.



3. ALTIN PUSULA ÖDÜLLERİNİ KAZANAN KURULUŞ VE PROJELER

Kurum İçi İletişim

Alarko İstikbal Kulübü
Alarko Şirketler Topluluğu

Pazarlama İletişimi

Shell Club Smart Card
Shell Türkiye

Etkinlik Yönetimi

Kullandığınız Sütte Güveniyor Musunuz?
MRM Partners

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Temiz Tuvalet
Opet Petrolcülük

Sivil Toplum Kuruluşları

McDonald's Çocuk Vakfı
McDonald's Restoranları

Diğer Projeler

Afiyet Gazetesi
Eczacıbaşı Topluluğu

E-iletişim

Eczacıbaşı Sanal Müzesi
Dr. F. Nejat Eczacıbaşı Müzesi

Genç İletişimciler Teşvik Ödülleri

Çalınmış Şekerleme Projesi
Yeditepe Üniversitesi

Her Gence Bir Kardeş
İstanbul Üniversitesi

Umut

10.



Büyük Ödül

Marka Şehir Gaziantep
Gaziantep Sanayi Odası

Jüri Özel Ödülü

Mini Bank
Garanti Bankası

Jüri Özel Ödülü

BJK 100. Yıl Etkinliği
BPR Halkla İlişkiler

Kurum İçi İletişim

İMBAT Dergisi
MPR Pazarlama ve Halkla İlişkiler

Pazarlama İletişimi

Card Rock
Akbank

Etkinlik Yönetimi

Bir Yastıkta 40 Yıl
LEO PR - Pabetland

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Toplumsal ve Çevresel Yatırım
BTC

Sivil Toplum Kuruluşları

AK İletişim Merkezi
AK Parti

Kamu Kuruluşları

Ailemin ve Ülkemin Trafik Polisiyim
Ankara Emniyet Müdürlüğü

E- İletişim

İstanbul Portalı
İstanbul Valiliği

Diğer

Basın Dostluk Turnuvası
İGDAŞ

Genç İletişimciler

Hasankeyf İçin Sırsırta
Anadolu Üniversitesi

Geçmişimiz Geleceğimiz
Yeditepe Üniversitesi

Tarih Güne Uyanıyor
Ege Üniversitesi

Dersaadetten 40 Damla
Marmara Üniversitesi

10.



Büyük Ödül

TNT Express Bilgi ve Kültür Taşıyor
Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği

Jüri Özel Ödülü

Solo İlköğretim Okulları Tuvalet Temizliği
ve Hijyen Eğitimi
MPR Halkla İlişkiler

Kurumiçi İletişim Ödülü

Kurumsal Değerler İletişim Programı
Global Bilgi

Pazarlama İletişimi

Mavi Jeans İstanbul Tişörtleri Koleksiyonu
Mavi Jeans

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Eğitim

Liseler Arası Matematik Yarışması
Oyak Çimento Grubu

Çevre

Yeşil Yol
Öpet

Diğer

Aile İçi Şiddete Son Kampanyası
Hürriyet

Kategori Dışı Projeler

Atatürk Balmumu Heykelinin Yenilenmesi
Koç Holding

Sivil Toplum Kuruluşları

TNT Express Bilgi ve Kültür Taşıyor
Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği

Kamu Kuruluşları

Mobese İstanbul
İstanbul Emniyet Müdürlüğü

Genç İletişimciler

Bu Çocuklara Kimsesiz Kalmayalım
Marmara Üniversitesi

Bir Kişi Fark Yaratır
Ege Üniversitesi

Zaman Bankası - Gönüllü Bankası
Maltepe Üniversitesi

Bugün Kan Vermezsen Yarın Bulamazsın

Anadolu Üniversitesi

10.



6. ALTIN PUSULA ÖDÜLLERİNİ KAZANAN KURULUŞ VE PROJELER

Büyük Ödül

Ercek Köyü Sürdürülebilir Kalkınma
Projesi
Metro

Jüri Özel Ödülü

Yükselen Gaziantep
Sanko Okulları

Kurum İçi İletişim

Turkcell Akademi
Turkcell İletişim Hizmetleri

Pazarlama İletişimi

Low Cost Modelli Pegasus Havayolları
Birinci Yılında Satış Hedeflerini
Gerçekleştirdi
MPR Pazarlama Halkla İlişkiler

Kriz Yönetimi

Sağlıklı Tavuk Bilgi Platformu
Grup 7 İletişim

Etkinlik Yönetimi

Formula 1 ve Motorsporları Entegre
Sponsorluk İletişimi
Petrol Ofisi

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Çevre

TEM A E Koyun
LEO PR

Eğitim

Her Kızımız Bir Yıldız
Mercedes

Sağlık

Mavi Bisiklet Kanserde Erken Tanı İçin Yola
Çık
Roche Müstahzarları

Kültür&Sanat

Alacahöyük Hitit Barajı Kazısı
Yüksel İnşaat

Diğer

Türkiye Tanıtım Kampanyası
DHL

E-İletişim

BİMER
Başbakanlık Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı

STK

İnovasyon Vadisi Gaziantep Projesi
Gaziantep Sanayi Odası

Kamu Kuruluşları

Suçla Yönelen Çocukların Sosyal Yaşama
Kazandırılması
Ankara Emniyet Müdürlüğü

Kategori Dışı Projeler

McDonald's Sağlıklı ve Dengeli Yaşam
Çalışmaları
Anadolu Restaurant

Genç İletişimciler

Temiz Ticaret
Ege Üniversitesi

Biz Dünyayı Çocuklarımızdan Ödünç Aldık
Ege Üniversitesi

1 Dünya... Dünya Kadar Yaşam
Marmara Üniversitesi

Küresel Isınma Bilinçlendirme Kampanyası

İstanbul Üniversitesi

10.



7. ALTIN PUSULA ÖDÜLLERİNİ KAZANAN KURULUŞ VE PROJELER

Büyük Ödül
Sokakta İlk Adımlar
Renault Point

Jüri Özel Ödülü
Tarihe Saygı Projesi
Opet

Gündem Yönetimi
TEB İller için Gelecek Stratejileri
Konferansı
Türkiye Ekonomi Bankası

Kurum İçi İletişim
TEB İK Portal-Kıvılcım Portalı
Türkiye Ekonomi Bankası

**Pazarlama İletişimi ve Bütünleşik
Pazarlama Projeleri**
Tektaş Pırlantada 36 Taksit Kampanyası
Atasay Kuyumculuk

Etkinlik Yönetimi
Cow Parade Açık Hava Sanat Etkinliği
Sütaş

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Çevre
Global Gren
Global Tanıtım

Eğitim
BP Yol Emniyeti Çocuk Tiyatrosu
BP Türkiye

Sağlık
Hayata Bağış
CNN Türk

Kültür&Sanat
Picasso Sergisi
Sabancı Holding

Diğer
Bağış Kampanyası & Meslek Edindirme
Atölyeleri Projesi
Tansaş - Ariel

E-İletişim
turkcell-im benim
Turkcell İletişim Hizmetleri

STK
AÇEV Anne - Baba Olmak Seminerleri
Digiturk

Kamu Kuruluşları
Medya Okur Yazarlığı Projesi
RTUK

Kategori Dışı Projeler
İstanbul Bienali Sponsorluğu
Koç Holding

Genç İletişimciler
Altın Anahtar
Ege Üniversitesi

Fuar=PR=İhracat
Maltepe Üniversitesi

Kalpten Üretim Kalpten İhracat
Marmara Üniversitesi

Yeni Pazarlar ve Yeni Fırsatlar İçin Tek
Yol İhracat
Bahçeşehir Üniversitesi



10.

8. ALTIN PUSULA ÖDÜLLERİNİ KAZANAN KURULUŞ VE PROJELER

Büyük Ödül

Suyunu Boşa Harcama
TEMA Vakfı
Tria İletişim Hizmetleri

Jüri Özel Ödülü

İstanbul'da Bir Sürrealist
Salvador Dali
Akbank
Medyaevi İletişim

Yalnız Değilsiniz
Kahramanmaraş Valiliği

Kurumsal İletişim

İcatçıkar Akıl Fikir
Yarışması
Türk Ekonomi Bankası

Gündem Yönetimi

Garanti Anadolu Sohbetleri
Garanti Bankası
A&B İletişim

Kurum İçi İletişim

Açık Alan
HSBC Bank

Pazarlama İletişimi ve Bütünleşik

Pazarlama Projeleri
DenizBank Tarım Şenliği
DenizBank
Bersay İletişim

Kriz İletişimi

Altın Pusula Jüri Üyeleri, bu kategorideki tek başvuru olan, İDO "Karaköy İskelesi Kriz Yönetimi" projesini, "Kriz İletişimi" kategorisi için ödüle uygun bulmamıştır.

Etkinlik Yönetimi

23 Nisan Ulusal Egemenlik
Ve Çocuk Bayramı Ücretsiz
Film Gösterimi
Yıldız Holding / Ülker

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Çevre
Atık Yağların Yönetimi
PETDER

E-fatura
Türk Telekom
Bersay İletişim
Danışmanlığı

Eğitim

Türk Telekom Okulları
Türk Telekom
Bersay İletişim
Danışmanlığı

Karneni Göster, Kitabını Al
Türkiye İş Bankası
Zarakol İletişim

Sağlık

Aile İçi Şiddet Acil Yardım
Hattı & Güldünya Şarkıları
Hürriyet Gazetesi
Zarakol İletişim

Kültür&Sanat

1 Güfte 12 Beste
Tekfen Vakfı
Medyaevi İletişim

Spor

Arkas Spor Kulübü Avrupa
Şampiyonluğu
Arkas Holding

Diğer

Gönül Köprüsü
Turkcell
Mese İletişim Danışmanlığı

E-İletişim

TEB Kobi TV
Türk Ekonomi Bankası

STK

Düşler Akademisi
Alternatif Yaşam Derneği

Kamu Kuruluşları

Tokat Üretiyor Projesi "Bir
Ulusal Üretim Seferberliği
Projesi
Tokat Valiliği

Sponsorluk İletişimi

Kültür&Sanat

İstanbul 360
Türkiye Jokey Kulübü

Spor

Ülker Milli Takım Euro 2008
Yıldız Holding / Ülker

Kategori Dışı Projeler

Devlet Başkanlarına
Krizden Kurtulma Paketi
Mey İçki
Zarakol İletişim

Genç İletişimciler

Marmara Üniversitesi
İletişim Fakültesi
Masumiyetin Av Zamanı

Ege Üniversitesi İletişim
Fakültesi
Bir Tıkla İletişim

Anadolu Üniversitesi
İletişim Fakültesi
Eskişehir Uluslararası Film
Festivalinin Halkla İlişkiler
Çalışmalarında İnternetin
Kullanımı

Bahçeşehir Üniversitesi
İletişim Fakültesi
Devir Online-PR Devri



9. ALTIN PUSULA ÖDÜLLERİNİ KAZANAN KURULUŞ VE PROJELER

Büyük Ödül

Çok Yaşa Bebek Projesi
Türkiye Bankalar Birliği
Grup 7 İletişim

Jüri Özel Ödülü

TRT 23 Nisan Uluslararası
Çocuk Bayramı Sponsorluğu
Türk Telekom

Anadolu'da Bir Kızım Var
Öğretmen Olacak
Çağdaş Yaşamı
Destekleme Derneği

Denizbank Tarım Seferberliği
Denizbank A.Ş.
Bersay İletişim

Kurumsal İletişim

30. Yıl / ARAS KARGO
Caretta İletişim

Gündem Yönetimi

Kriz Varsa Çare De Var
TOBB
Communication Partner

Kurum İçi İletişim

Sabancı Altın Yaka Ödülleri
Sabancı Holding

Pazarlama İletişimi ve Bütünleşik Pazarlama Projeleri

Gençken Yapılacak 100 Şey
Turkcell

Etkinlik Yönetimi

Miller Freshtival
Efes Pilsen Bira Grubu
Miller
Pro İletişim Danışmanlığı

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Çevre

81 İde 81 Orman
Türkiye İş Bankası
MPR Halkla İlişkiler

Eğitim

Türkiye'nin Eğitim Ve
Gençlik Kanalı
ZTV - Mediasa Yayıncılık

Sağlık

Erkek Erkeğe Sağlık
Konusuyoruz
Medialand

Kültür & Sanat

Kadından Kadına Köprü -
Bıttım Projesi 2007
Diversey / Ünite İletişim

Spor

Özel Olimpiyatlar
Procter&Gamble
Medyaevi

Diğer

Doğu Anadolu Turizm
Geliştirme Projesi (Datur)
Efes Pilsen
MPR Halkla İlişkiler

E - İletişim

Fashionable İstanbul
E-İletişim
Global Tanıtım

Sivil Toplum Kuruluşları

Onları Hiç Böyle
Görmediniz Konseri
Türkiye Eğitim Gönüllüleri
Vakfı

Kamu Kuruluşları

Bir Fincan Kahve Buluşması
Kahramanmaraş Valiliği

Sponsorluk İletişimi

Eğitim

Türkiye Satranç
Federasyonu Sponsorluğu
Türkiye İş Bankası
MPR

Kültür&Sanat

Wings Santana Konseri
Akbank

Spor

Fenerbahçe Bayan
Basketbol Takımı
Sponsorluğu
Aras Kargo
Caretta İletişim

Diğer

Sabancı Holding ile Türk
Gençleri One Young
World'de
Sabancı Holding

Kategori Dışı Projeler

Garanti Emeklilik Hobi
Kulüpleri
Garanti Emeklilik ve Hayat A.Ş.
Bersay İletişim

Genç İletişimciler

Yeşil Bir Adım
Maltepe Üniversitesi

Arka Sokaklarda Sanat Oyluyor
Kadir Has Üniversitesi

Tüm Dertlere İlaç:
İyileştirilmiş Gelecek
Ege Üniversitesi

Yapı Kredi "Asırlık
Zanaatlarımız Kültür
Miraslarımız... Unutamayız
Marmara Üniversitesi

Toprak Anaya Can
Veriyoruz
Selçuk Üniversitesi



Büyük Ödül

Dumansız Hava Sahası
T.C. Sağlık Bakanlığı
Excel İletişim Danışmanlığı

Jüri Özel Ödülü

E Tipi Mutfark
İnoksan A. Ş.

Jüri Özel Ödülü

Çocukların Mutlu Geleceği
İçin Umut Yıldızı Projesi
Emniyet Genel Müdürlüğü

Kurumsal İletişim

Sütaş 35. Yıl Kurumsal
İletişim Projesi
SÜTAŞ
Grup 7 İletişim Danışmanlığı

Kurum İçi İletişim

Globally "Yours" - Türk Hava
Yolları Kurum İçi İletişim
Çalışmaları
Türk Hava Yolları A.O.
A&B İLETİŞİM A.Ş.

Pazarlama İletişimi ve Bütünleşik Pazarlama İletişimi

Akbank-Kırmızıya Koş
AKBANK

Etkinlik Yönetimi

Sagalassos'un Uyandırılması
Projesi
Aygaz A.Ş.
Lobby PR

Kurumsal Sorumluluk

Çevre
Sudaki Ayak İzim
Unilever /Omo
Ünite İletişim
Kurumsal Sorumluluk
Eğitim

81 İlden 81 Öğrenci
Türkiye İş Bankası
MPR Halkla İlişkiler

Sağlık

"Ülkem İçin" Projesi - "Ülkem
İçin Kan Veriyorum"
Kampanyası
KOÇ HOLDİNG A.Ş.

Kültür&Sanat
Akbank 20. Caz Festivali
AKBANK SANAT
STRATEJİ TANITIM

Diğer

Yapı Kredi Engelsiz
Bankacılık Programı
Yapı Kredi
Artı İletişim Yönetimi

E-İletişim

KaleTech Ustalar Kahvesi
Kaleseramik Çanakkale
Kalebodur Seramik San. A.Ş.
Grup7 İletişim Danışmanlığı
A.Ş.

Kamu Kuruluşları

Bende Varım
Ulaştırma Bakanlığı

Sponsorluk İletişimi

Eğitim
TTNETLE Geleceğini Netleştir
TTNET
Excel İletişim Danışmanlığı

Sağlık

Harekete Geç! Hikâyesi
Gönder
Novartis Onkoloji
Artı Değer Stratejik İletişim
Danışmanlığı.

Kültür&Sanat

"1400. Yılında Kur'an-ı Kerim
Sergisi" Sponsorluğu
Yıldız Holding

İstanbul Haritaları 1422-1922
Kitabı Sponsorluğu
Ağaoğlu Şirketler Grubu
Saydam İletişim ve Etkinlik
Hizmetleri A.Ş.

Spor

Türk Futbol Milli Takımları
Ana Sponsorluğu
TTNET
Excel İletişim Danışmanlığı
Diğer

"Bugs Bunny ve Arkadaşları
ile Basket Show"
Yıldız Holding

Finansal Hizmetler ve Yatırımcı İlişkileri

Akfen Holding Halka Arz
İletişimi
Akfen Holding
Medyaevi İletişim

Medya İlişkileri

BODY WORLDS Orijinal Vücut
Dünyası Sergisi
Grup 7 İletişim Danışmanlığı

Uluslararası Proje / Kampanya

Children of The World 2010
TÜRKİYE BASKETBOL
FEDERASYONU

Kategori Dışı Projeler

Hüsamettin Koçan Bakışı
Kültür ve Sanat Vakfı, Bakış
Müzesi
Grup 7 İletişim Danışmanlığı

Genç İletişimciler

Sosyal Medya İletişimin
Vazgeçilmezi
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

Şapkalı Â
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

Hayatını Jet Hızında Yaşa
EGE ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM
FAKÜLTESİ

Gökyüzüne Kanatsız Yolculuk
EGE ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM
FAKÜLTESİ

Şimdi Neye İçiyoruz?
EGE ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM
FAKÜLTESİ



KURUMSAL İLETİŞİM

10.

altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ





medyaevi

Projenin Adı :Akfen Holding Halka Arz İletişimi
Başvuran Kuruluş :Akfen Holding ve Medyaevi İletişim
Halkla İlişkiler Ajansı :Medyaevi İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi :01-03-2010 - 01-05-2010
Proje Yetkilisi :Deniz Bilecik / Selma Uz Kaplangı
Proje Özeti

Türkiye'nin önde gelen altyapı yatırım holdinglerinden biri olan Akfen Holding'in halka arz iletişimi sürecinde öncelikle Akfen Holding'in kurumsal resminin netleştirilmesine yönelik iletişim kurgulanmıştır.

Girdiği sektörlerde değer yaratan, odaklı ve dikkatli adımlarla sürdürülebilir büyüyen, "Akıllı Holding Akfen" ana mesajı çerçevesinde SPK yasakları dikkate alınarak, halka arz süreci boyunca talep toplama dönemine doğru artan, geniş ve itibarı yüksek medya yansımaları yaratacak 360 derece iletişim kurgulanmıştır.

Halka arz süreci öncesi kurumsal resmi netleştirmek amacıyla çıkış basın toplantısı ile iletişim süreci başlatılmıştır. Halka arz sırası süreçte basına ve basın kanalıyla kamuoyuna düzenli bilgi akışı sağlamak amacıyla, planlanan medya çalışmaları kapsamında özel röportaj ve bülten çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

Kamuoyu ve yatırımcı nezdinde Akfen Holding'in güçlü ve itibarlı yapısının bilinirliğini artırmaya yönelik olarak Holding iştiraklerinin iletişim fırsatları etkin yönetilmiştir. Yurtiçi ve yurtdışı roadshowlar sırasında medya çalışmaları yürütülmüş, talep toplama döneminde İstanbul Atatürk Havalimanı'nda kurulan standlarla bilgilendirme yapılmış, Halka Arz Seferberliği Zirvesi'nde kurum lideri Hamdi Akın sözcülük üstlenmiştir. Gong Töreni ve sonrasında devam eden halka arz iletişim çalışmaları, kurumsal iletişim ve yatırımcı ilişkileri odağında sürdürülmektedir.

10.





Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Sütaş 35. Yıl Kurumsal İletişim Projesi
:Sütaş
:Grup 7 İletişim Danışmanlığı
:01-01-2010 - 31-12-2010
:Gülşay Tuncer Kalyoncu

Süt ve süt ürünleri sektörünün lider markası Sütaş'ın sektördeki konumunun, kamuoyu nezdinde lider olarak bilinirliğinin artırılması ihtiyacı tespit edildi. Bu doğrultuda Sütaş'ın 35. yıldönümü, kurumsal itibarı güçlendirmek için önemli bir fırsat olarak değerlendirildi. 35. yıl "Sütaşkı" konsepti, gerek reklam çalışmalarıyla, gerekse halkla ilişkiler çalışmalarıyla, bir yıla yayılan süreçte kamuoyuna anlatıldı. Sütaş'a özgü iş yapma modeli olan "Ottan Süte Sütten Sofraya" süt değer zincirinin bütün aşamalarına ilişkin mesajlar tasarlandı ve farklı iletişim zeminlerine taşındı. Sütaş'ın 35 yıllık öyküsünün, Sütaş Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Yılmaz'ın sözcülüğünde anlatıldığı 35. Yıl basın buluşmasının ardından, düzenli özel haber çalışmalarıyla, Sütaş'ın kamuoyunun gündeminde tutulması ve sektörde referans noktası olması hedeflendi.

Yıl içinde düzenlenen tesis açılışları ve tesis gezileriyle, ulusal ve yerel basınla buluşmalar gerçekleştirildi.

İç iletişim için tasarlanan özel projeler hayata geçirildi. Yönetim kademelerinden dağıtım elemanlarına geniş bir yelpazeyi kapsayan büyük çalışan gruplarıyla iki kez bir araya gelinerek, yıllık değerlendirme toplantısı ve 35. yıl kutlaması yapıldı; 20. ve 25. yılını kutlayan çalışanlar ödüllendirildi.

Sütaş'ın 35. yılı vesilesiyle yapılan bütünsel iletişim çalışmalarıyla, süt ve süt ürünleri sektöründe Pazar lideri olan Sütaş, zihinlerde de liderliğe taşındı.

10.





EXCEL İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI

10.

altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ

KURUMSAL İLETİŞİM

Projenin Adı	:TTNET'le Herşey Mümkün!
Başvuran Kuruluş	:TTNET
Halkla İlişkiler Ajansı	:Excel İletişim ve Danışmanlık
Projenin Dönemi	:01-01-2010 - 17-01-2011
Proje Yetkilisi	:Banu Yılmaz

Proje Özeti

Bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişim, gerek kurumların gerekse bireylerin yaşamlarını derinden etkiliyor. Bugün tüketiciler, günlük yaşamdaki tüm ihtiyaçlarının, bilişim teknolojilerinin sunduğu olanaklarla bir bütünlük içerisinde, aynı hızda ve kesintisiz olarak karşılanmasını talep ediyor. Böylesine dinamik bir sektörde liderlik de geleneksel bakış açılarının ötesinde yaklaşımlar gerektiriyor. Teknolojinin dokunduğu her alanda varlık göstermeyi hedefleyen TTNET, “dijital yaşamda” müşterilerine “rehberlik” etme misyonunu benimsiyor. Bu kapsamda 2010 yılında “TTNET’le Her Şey Mümkün” diyerek başlattığı yeni dönemde, müşterilerinin tüm iletişim ihtiyaçlarını tek elden karşılama hedefiyle, iletişim teknolojilerinin üç temel bileşeni; internet, televizyon ve telefonu sahipleniyor. Kurulduğu günden bu yana Türkiye’nin lider internet servis sağlayıcısı olan TTNET, bu yeni dönemle önemli bir dönüşüm yaşadı ve ülkemizin lider iletişim teknolojileri şirketi konumuna ulaştı.

Bu kapsamda TTNET, sinema ve televizyonu taşınabilir hale getiren Tivibu ve geniş bant internet bağlantısı üzerinden alıcı aracılığıyla yüksek kalitede yayın yapan yeni nesil TV platformu IPTivibu’nun yanı sıra, TTNET Mobil markası altında 3G mobil internet ve cep telefonu hizmetlerini hayata geçirdi. Böylece; dünyada “Üçlü Oyun” olarak tanımlanan, iletişimin üç ana unsurunu bir arada ve tek faturada birleştirme dönemini başlattı.



akmerkez
concierge+

UNITE
i l e t i ş i m

Projenin Adı :Akmerkez Concierge+
Başvuran Kuruluş :Akmerkez Alışveriş Merkezi
Üçgen Bakım ve Yönetim Hizmetleri A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı :Ünite İletişim ve Tanıtım
Hizmetleri Ltd. Şti.
Projenin Dönemi :01-03-2010 - 17-01-2011
Proje Yetkilisi :Ela Belül
Proje Özeti

Akmerkez, hizmet vermeye başladığı günden bugüne müşteri memnuniyetini her zaman ileriye taşıma hedefi doğrultusunda "Akmerkez Concierge+" hizmetini hayata geçirmiştir.

Daha çok 5 ve 7 yıldızlı otellerde verilen ve misafirlerin tercih ve taleplerine göre şekillenen concierge hizmeti Türkiye'de ilk kez bir alışveriş merkezinde ve dünyada da ilk kez bu kadar geniş kapsamda Akmerkez tarafından "Akmerkez Concierge+" adıyla uygulamaya konuldu.

Akmerkez'in Mart 2010'da hayata geçirdiği "Akmerkez Concierge+" hizmetinden, Akmerkez'e gelen herkes herhangi bir üyelik gereksizsin faydalanabilmektedir. Akmerkez'in misafirleri bu hizmetle adeta özel bir asistana sahip olarak, günümüzdeki en değerli şey olan zamandan tasarruf edip Akmerkez'deki zamanını keyifli ve değerli şekilde geçirmektedir. Akmerkez Concierge+, transferden hatırlatma hizmetine, vestiyer ve emanet hizmetinden stil ve alışveriş danışmanlığına, sürpriz organizasyon hizmetinden eğlence ve seyahat danışmanlığına, restoran bilgilendirme ve rezervasyondan ürün değişikliği ve tadilatına kadar çok geniş bir yelpazedeki hizmetleri kapsamaktadır.

10.

altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ





Projenin Adı
Başvuran Kuruluş

:Gelişen ve Değişen Tülomsaş
:Türkiye Lokomotif ve Motor Sanayi A.Ş.
(TÜLOMSAŞ)

Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi

:-
:01-01-2005 - 31-12-2010

Proje Yetkilisi

:Ayten Doğan Baytaroğlu

Proje Özeti

Şirket stratejilerini, yapılan planlamaları ve uygulamaları ile sonuçlarını içerir.

10.

altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ





Projenin Adı :Elektronik Döküman Yönetim Sistemi (EDYS)
Başvuran Kuruluş :Çalışma Sosyal Güvenlik Bakanlığı
Bilgi İşlem Daire Başkanlığı
Halkla İlişkiler Ajansı :-
Projenin Dönemi :01-09-2010 - 01-09-2011
Proje Yetkilisi :Dursun Gökmen

Proje Özeti

E-Çalışma Portalı; Bakanlığımız Ana Hizmet, Danışma ve Denetim ile Yardımcı Birimlerin yürütmüş olduğu iş ve işlemlerin elektronik ortamda yürütülmesi ve mevcut projelerin bir çatı altında toplanarak birbirleri ile entegre çalışması, 5070 sayılı Kanunda belirtildiği üzere e-İmza kullanılarak Bakanlığımız iş ve işlemlerinin daha hızlı, güvenli hale getirilmesi hedeflenmiştir.

Bu hedeflerin gerçekleşmesi ile Bakanlık dışı kamu kurum ve kuruluşları ile özel sektörlere gerekli durumlarda bilgi paylaşımının artırılarak gelişen bilgi teknolojileri aracılığı vatandaş odaklı hizmetler daha süratli sağlanacaktır.

10.

altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ



GÜNDEM YÖNETİMİ

(Bu kategoriye başvuru yapılmamıştır)

10.

altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ



KURUM İÇİ İLETİŞİM

10.

altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ





Projenin Adı	:Tav Cup
Başvuran Kuruluş	:TAV Havalimanları Holding
Halkla İlişkiler Ajansı	: -
Projenin Dönemi	:15-09-2009 - 01-07-2010
Proje Yetkilisi	:Bengi Vargül
Proje Özeti	

TAV Havalimanları Holding Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü tarafından, TAV Grubu çatısı altında çalışan personeli buluşturacak ortak bir sosyal platform oluşturmak fikri ile hayata geçirilen TAV Cup projesi, çeşitli spor branşlarında yapılan turnuvalardan oluşmaktadır. Proje kapsamında futbol, basketbol, voleybol, masa tenisi, satranç ve bowling dallarında gerçekleştirilen turnuvalarda 723 TAV çalışanı bir araya gelerek mücadele etmiştir. Her turnuva sonunda dereceye giren sporcu ve takımlara plaket, madalya ve kupaları takdim edilmiştir. İlk kez 2008 yılında hayata geçirilen TAV Cup turnuvaları, eş zamanlı olarak İstanbul, Ankara ve İzmir’de gerçekleştirilmiştir. TAV CUP turnuvaları sayesinde, entegre iş hizmeti veren ve 3 kıtada 34 bin çalışanı bulunan TAV Havalimanları çalışanlarını sosyal alandaki paylaşım sayesinde iş performansında artış, farklı iş kollarındaki çalışanların bir takım anlayışı ile hareket etmesi bilinci ve aidiyet duygusunu arttırdığı görülmüş ve ölçümlenmiştir.

Turnuvalar sonunda yapılan çalışan memnuniyeti anketinde TAV Cup turnuvalarının çalışan memnuniyeti oranını, yüzde 13 arttırdığı görülmüştür. Bu doğrultuda, 2010 yılı sonunda düzenlenen TAV Cup turnuvalarının yalnızca futbol ayağına katılan kişi sayısı İstanbul, Ankara ve İzmir’de toplam 367’dir. 2011 yılı içinde Tunus, Makedonya ve Gürcistan’da bulunan TAV çalışanları arasında da TAV Cup turnuvalarının organize edilmesi hedeflenmektedir.



10.

AYGAZ

LOBBY
Ulusal Halkla İlişkiler Tanıtım
Türkiye Organizasyonu Hizmetleri A.Ş.

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Aygaz Türk Müziği Korusu Projesi
:Aygaz A.Ş.
:Lobby PR
:05-01-2004 - 31-12-2010
:Devrim Çubukçu

Aygaz-Opet Türk Müziği Korusu'nu, Klasik Türk Müziği'ne gönül veren çalışanları buluşturmak, bu hobilerini gerçekleştirmeleri için fırsat yaratmak, iç iletişimi ve çalışan motivasyonunu artırmaya katkı sağlamak amacıyla 2004 yılında kurduk. Koro, çalışanlar arası işbirliği ve takım ruhunu geliştiriyor, çalışanları günlük iş stresi ve yorgunluğundan uzaklaştırarak bir tür terapi etkisi yaratıyor ve iş performansını artırıyor.

Kurulduğu ilk yıllarda Aygaz ve Opet çalışanlarından oluşan koro, zamanla diğer Koç Enerji Grubu şirketleri, Koç Holding merkez çalışanları, çalışanların yakınları ve bayilerin katılımı ile daha da genişledi. Aygaz kurumsal paydaşlarının en fazla çeşitliliğe sahip olduğu bu iletişim platformu, kurum içi iletişimin ötesinde bir amaca da hizmet etmek için çaba gösteriyor. Koro, her yıl düzenli olarak verdiği konserlerle, Türk kültürünün en önemli öğelerinden biri olan Türk Müziği'ni geleceğe taşımak, izleyicilerle ve dinleyicilerle buluşturmak gibi bir misyon üstleniyor.

"Aygaz Türk Müziği" projemizi ülkemizin diğer markalarına örnek olması umuduyla kurum içi iletişim kategorisinde Altın Pusula'ya aday gösteriyoruz.

10.



AYGAZ

LOBBY
Uluslararası Halkla İlişkiler Tanıtım
Turizm Organizasyon Hizmetleri A.Ş.

Projenin Adı :Aygaz Dünyası Dergisi
Başvuran Kuruluş :Aygaz A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı :Lobby PR
Projenin Dönemi :04-01-2010 - 31-12-2010
Proje Yetkilisi :Devrim Çubukçu
Proje Özeti

Aygaz olarak, kurulduğumuz ilk günden bu yana çalışanlarımızın “en değerli kaynağımız” olduğuna inanıyoruz. Ürün ve hizmetlerimizin kalitesinin çalışanlarımızla başladığını biliyoruz. Yarım asırlık iş kültürümüzle harmanladığımız insan kaynakları yönetimimiz, şeffaflık, katılımcılık ve tüm paydaşların yararlarını esas alan iş süreçlerini içeriyor. Bu süreçler iç iletişimin her platformunun etkin olarak kullanılmasını gerektiriyor. 1970’li yıllarda “Aygazete” ismiyle başlattığımız kurumsal yayını, daha sonraki yıllarda “Aygaz Dünyası” adlı dergiye dönüştürdük. Aygaz Dünyası, Aygaz’ın bütün kurumsal paydaşları hakkında bilgiler veren, aynı zamanda, kültür-sanat, sağlık ve hukuk gibi genel konularda haber ve makaleler içeren kurumsal bir yayın... Aygaz Dünyası’nın her sayısını 4.300 adet basarak bayilerimize, çalışanlarımıza, Koç Holding’e, iş ortaklarımıza, basına ve diğer paydaşlarımıza gönderiyoruz.

“Aygaz Dünyası” dergisinin 2010 yılında tasarımı ve içeriğini yeniledik ve basımında %100 geri dönüştürülmüş kâğıt kullanmaya başladık. Aygaz Dünyası bu yeni tasarım ve içeriği ile Amerikan İletişim Profesyonelleri’nin (LACP) “Spotlight Awards” yarışmasında, dünya çapından gelen 1.100 eser arasında, tüm dergiler ve “newsletter”ler içinde birinci seçildi ve “Platin” ödüle hak kazandı.

“Aygaz Dünyası” dergimizi ülkemizin diğer markalarına örnek olması umuduyla kurum içi iletişim kategorisinde Altın Pusula’ya aday gösteriyoruz.



10.



Capitol *Ogilvy* Public Relations Worldwide

Projenin Adı :Henkel Vizyon ve Değerler Yenileme Projesi
Başvuran Kuruluş :Türk Henkel A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı :Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide
Projenin Dönemi :01-01-2010 - 21-01-2011
Proje Yetkilisi :Hande Ardane (Henkel) / Ayça Gürkol
(Capitol Ogilvy)

Proje Özeti

Henkel, 2010 yılı içinde kurumsal vizyonunu ve değerlerini yenileyerek, eskisine oranla daha anlaşılır ve belirgin hale getirdi. Bu şekilde çalışanlarının Henkel'e özgü hedeflere özelliklere ve hedeflere odaklanmasını amaçladı. Bu kapsamda Henkel iç iletişim çalışmasında özellikle konunun özüne odaklanarak, yenilenen değerlerin çalışanlarca düşünülmesine, benimsenmesine, tartışarak, bu doğrultuda iş hedefleri ile bütünleştirilmesine odaklanmak için 51 adet workshop düzenledi. Bu workshop'lar hem beyaz hem de mavi yakalı çalışanları kapsadı. Şirkette çalışan her bir çalışan bu workshop'lara katıldı. Kurulan iletişim mekanizması ile şirket yöneticilerinin her birinin sürecin liderliğini üstlenmeleri sağlandı. Böylece yenilenen vizyon ve değerler sadece iletişim bölümünün düzenlediği bir proje olmaktan çıkılarak, gerçekten şirketin iş hedefleri ile bütünleşmiş, şirkette çalışan her bir çalışanın sürece katıldığı bir liderlik projesi haline getirildi.

10.



Coca-Cola İçecek



Projenin Adı :The World of Coca-Cola İçecek
Başvuran Kuruluş :Coca-Cola İçecek
Halkla İlişkiler Ajansı :MeSe İletişim Danışmanlığı A.Ş.
Projenin Dönemi :20-12-2009 - 24-02-2011
Proje Yetkilisi :Hande Sarantopoulos
Proje Özeti

3 aylık bir yayın olan The World of Coca-Cola İçecek dergisi, 1999 yılından bu yana etkili bir iç iletişim organı olarak yayınlanmaktadır. Dergi, takım ruhunu geliştirme ve kurum kültürünü yaygınlaştırma konularında önemli bir role sahiptir.

Coca-Cola İçecek olarak bizler çalışan sayılarının binlerle ifade edildiği şirketlerde bunun gibi iç iletişim araçlarının önemli bir gereklilik olduğuna inanıyoruz. Özellikle uluslararası bir şirket olma özelliğine sahip olan CCl'de, hızla büyüyen şirketimizin ihtiyaçlarını karşılayabilmek için çeşitli iç iletişim platformları geliştiriyoruz.

Dergimiz aracılığıyla tüm çalışanlarımıza ve iş ortaklarımıza, gerek basılı gerek İntranet ağıımız üzerinden dijital olarak ulaşıyor, şirketimizle ilgili tüm güncel haberleri paylaşıyoruz.

Hedefimiz;

- Her seviyeden çalışanımızın CCl hakkında bilgi edinebileceği bir platform yaratarak; kurumsal haberlerden ülkelerimizden haberlere, çalışan ve birim röportajlarından CCl'nin geldiği noktayı anlatan başarı hikayelerine, iş alanımızda, iş yerimizde, çevre ve toplumda fark yarattığımız birbirinden başarılı projelere kadar tüm faaliyetlerimizden haberdar olmalarını sağlamak.
- Dergiyi dijital ve basılı olarak iki formatta yayınlayarak, CCl'nin faaliyet gösterdiği tüm bölgelerde, tüm çalışanlarımızın kolaylıkla erişebilmesini sağlamak.
- CCl hakkında güncel ve düzenli bilgi akışını sağlayarak şirketin nabzını tutmak.
- Keyifli bir okuma deneyiminin yanı sıra derginin şirket arşivi gör



10.



Projenin Adı	:Performans Kumpanyası
Başvuran Kuruluş	:Avea İletişim Hizmetleri A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı	:-
Projenin Dönemi	:02-08-2010 - 30-09-2010
Proje Yetkilisi	:Müge Eryılmaz
Proje Özeti	

İnsan Kaynakları temel sistemlerinden Performans Yönetiminin kurum içerisinde daha fazla yaygınlaştırılmasını, sahiplenilmesini ve etkin bir şekilde yürütülmesini sağlamak üzere geliştirilmiş eğlenceli bir iç iletişim projesidir. Avea olarak çalışanlarımıza dokunan tüm İK sistem ve süreçlerimizin tasarımı kadar, onların bu sistemleri sahiplenerek kuruma olan aidiyetlerini pekiştirmek adına yatırım yapıyor, farklı iç iletişim mecraları oluşturuyoruz.

2010 yılında Performans Yönetim Sistemimize yönelik her yıl yaptığımız bilgi paylaşımı seansları yerine, yaşanan örneklerden yola çıkarak sisteme yönelik hatırlatmalar yapalım istedik. Hem çalışanlara hem de yöneticilere aktarmak istediğimiz mesajları, fazla didaktik olmadan daha keyifli bir ortamda nasıl aktarabiliriz diye düşünürken, Performans Kumpanyası fikri ortaya çıktı.

Tiyatro kulübü üyelerimiz arasında bu projede yer almak isteyen gönüllü çalışma arkadaşlarımızın değerli katkıları ve özverili çalışmaları ile skeçler hazırlandı ve sahnelendi. Ekip, yaklaşık 1,5 ay boyunca hafta içi 2 gün, genelde mesai saatleri sonrasında şirket içindeki konferans salonundaki tiyatro sahnesinde role hazırlık, metin okuma ve provalarını gerçekleştirdiler.

Toplam beş skeçten oluşan programda, Performans sisteminin ne ifade ettiği, nasıl işlediği ve sistemdeki doğru bilinen yanlışlara değinilerek çalışanlarla yöneticiler arasında yaşanan durumlar hicvediliyor.

Toplantılara katılan çalışanlarımız hem kendi çalışma arkadaşlarını sahnede izlemenin keyfini yaşadılar, hem de performans sistemi konusunda sıkılmadan bilgi sahibi oldular. Kendi iş hayatlarından anekdotları skeçlerde izlemek de katılımcılarımızın süreci daha fazla benimsemelerini sağladı.



10.

Projenin Adı	:"Globally Yours" - Türk Hava Yolları Kurum İçi İletişim Çalışmaları
Başvuran Kuruluş	:Türk Hava Yolları A.O.
Halkla İlişkiler Ajansı	:A&B İletişim A.Ş.
Projenin Dönemi	:01-03-2010 - 23-02-2011
Proje Yetkilisi	:Zeki Çukur / Yasemin Erdemir

Proje Özeti

THY, dünyanın farklı bölgelerindeki yaklaşık 14.000 çalışanını hedefleyen kurum içi iletişim faaliyetleri konusunda, Mart 2010'da, A&B ile çalışmaya başladı. "Globally Yours" mottosuyla başlanan çalışmalarda;

- 1.Aidiyet ve motivasyon geliştirmek
- 2.Ortak davranış modeli ve dil geliştirmek
- 3.Kurumun kültürel değerlerini, bütüleştirici bir yaklaşımla ele almak
- 4.Sosyal paydaşlarla ilişki geliştirmek
- 5.Kurum içi iletişim araçlarını etkin bir şekilde yönetmek şeklinde 5 ana hedef belirlendi.

İç iletişim odaklı işbirliğinin, ajans-müşteri ilişkisinin ötesinde bütünsel bir çalışmayla başarıya ulaşacağı gerçeğinden hareketle, A&B'yi temsilen proje yöneticisi ve medya araçları yöneticisi THY'de mesai yapmaya başladı. THY Kurumsal İletişim Başkanlığı ve A&B'ye bağlı olarak yürütülen çalışmalarda, THY çalışanlarından oluşan, Personel Başkanlığı ve üst yönetim tarafından desteklenen bir ekiple koordinasyon halinde çalışmalara başlandı. Oryantasyon sürecinde, THY'nin tüm yöneticileriyle birebir görüşmeler yapıldı. Kurumun tanınması, hedef kitlenin analizi ve segmentasyonun tamamlanmasıyla aksiyon planı hazırlandı. Planda, İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcılığı başta olmak üzere, üst yönetimin desteğiyle uygulama aşamasına geçildi.

Kültürel değişimi hedefleyen iç iletişim faaliyetlerinin etkisinin ancak uzun vadede görülebileceği düşüncesiyle, 2010 yılında başlanan çalışmaların bir bölümü sonuçlanırken, uzun vadeli hedeflere hizmet eden çalışmalara devam ediliyor.



PAZARLAMA
İLETİŞİMİ ve
BÜTÜNLEŞİK
PAZARLAMA
PROJELERİ

10.





Projenin Adı	:100 Lira Ver 125 Lira Al
Başvuran Kuruluş	:Leo PR
Halkla İlişkiler Ajansı	:Leo PR
Projenin Dönemi	:01-10-2011 - 01-12-2010
Proje Yetkilisi	:Ergun Gümrah
Proje Özeti	

BES'in sunduğu yüksek vergi avantajından az sayıda kişinin yararlanması nedeniyle, bu duruma dikkat çekilmesi ve bu avantajın kullanılmasının sağlanması amacıyla Leo PR bir kampanya oluşturdu. Kampanya en iyi yatırım aracının BES olduğunu herkesin anlayacağı netlikte anlatmak amacıyla da taşıyordu. "100 lira ver 125 lira al" isimli projenin kim tarafından yapıldığı proje boyunca gizli tutuldu. Facebook ve Twitter'da açılan sayfalar üzerinden isimsiz olarak paylaşılan video ile kimliği açıklanmayan bir kişi 'Para Dağıtan Adam' ismiyle belirttiği tarihlerde Cevahir AVM ve Bakırköy Özgürlük Meydanı'nda 100 lirasını gösteren herkese 25 lira vereceğini söyledi. Facebook sayfasına 13.543 kişi katıldı. Video, paylaşım sitelerinde yer aldı; 5.181.703 tekil kullanıcıya aktarılan video 42.070.027 gösterim elde etti. 291.038 kişi tarafından paylaşılan video 2 milyon 345.711 viral gösterim elde etti. Video, ayrıca gazetecilere isimsiz olarak gizemli bir mektup eşliğinde hem posta hem de e-mail yoluyla iletildi. Gazeteciler meraklı sorular yönelttiler. Düzenlenen etkinliklere katılım çok yoğun oldu. Etkinliğin düzenlendiği alanlarda 100 lirasını gösteren 1.000 kişiye toplam 25.000 TL dağıtıldı. Etkinlikler sırasında çekilen görüntüler ile bir reklam filmi çekildi. Proje sonunda düzenlenen basın toplantısıyla kampanyayı yapanın BES olduğu ve amacı anlatıldı. Aynı gün kampanyanın reklam filmi yayınlanmaya başlandı. Projenin TV'de 30, yazılı basında 38 haberi yer aldı.

10.





EXCEL İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI

10.

Projenin Adı :Prima Premium Care ile Yumuşacık Bir Dokunuş Dünyaları Anlatır

Başvuran Kuruluş :Procter & Gamble Tüketim Malları A.Ş.

Halkla İlişkiler Ajansı :Excel İletişim Danışmanlığı

Projenin Dönemi :01-05-2010 - 01-06-2010

Proje Yetkilisi :Ezgi Genç

Proje Özeti

Prima Premium Care ile Yumuşacık Bir Dokunuş Dünyaları Anlatır; Prima'nın yenilikçi ürünü Prima Premium Care'in lansmanı dahilinde gerçekleştirilen iletişim çalışmalarını kapsamaktadır.

Bebekler için en yumuşak korumaya sahip Prima'nın son teknolojiyle geliştirilen ürünü Prima Premium Care'in ortaya çıkmasına ilham kaynağı olan yumuşak dokunuşların bebeklerin gelişimi için taşıdığı yaşamsal önem projenin çıkış noktası oldu.

Yeni Prima'nın tanıtımı çerçevesinde tanınmış doğum fotoğrafçısı Şengül Pallı'nın dokunma anlarına tanıklık eden çalışmalarından oluşan çok özel bir sergi gerçekleştirildi.

Sergi; Pallı'nın özel arşivinden annelerin bebeklerine sevgi dolu dokunuşlarından oluşan fotoğrafları içerdi.

Çocuk sağlığı ve gelişimi alanında kazandığı ulusal ve uluslararası başarılarıyla tanınan pediyatrik nörolog Prof. Dr. Sabiha Paktuna Keskin ile işbirliği yapıldı. Paktuna, ürünün sağladığı fayda ile bebeklere bu yumuşak dokunuşları yaşatmanın yanı sıra dokunmanın özellikle anne-bebek ilişkisi açısından önemini bilimsel gerekçelerle ve örneklerle anlattı.

Şengül Pallı ile gerçekleştirilen serginin açılışı öncesinde projeye destek veren gazeteci Ayşe Arman moderatörlüğünde Şengül Pallı ve Prof. Dr. Sabiha Paktuna Keskin ile davetliler önünde keyifli sohbetler gerçekleştirildi.

Geliştirilen proje; ürün reklamı, TV ve yazılı advertoriallarla, dijital çalışmalar ve satış noktalarındaki tüketici aktiviteleriyle de desteklendi ayrıca basın ve tüketiciler tarafından oldukça ilgi gördü.





communication
partner

Projenin Adı :Şirketler Vespa Academy'de Buluşuyor
Başvuran Kuruluş :Ferco Motor
Halkla İlişkiler Ajansı :Communication Partner İletişim
Danışmanlığı
Projenin Dönemi :09-10-2009 - Devam Ediyor.
Proje Yetkilisi :Funda Ergülen

Proje Özeti

Şirketlerde son yıllarda çalışanlara yönelik yapılan etkinlikler çok fazla arttı. Tekne turları, outdoor aktiviteler, piknik, konser, spor karşılaşmaları ve mutfakta yemek-pasta yapmak derken çalışanlar artık sıradanlaşan aktiviteler yerine farklı şeyleri denemek istiyor. Bu durumdan yola çıkan Piaggio'nun Türkiye distribütörü Ferco Motor, şirketlere ücretsiz temel motosiklet sürüş eğitimi dersi veriyor. Ferco Motor'un Vespa Academy'de gerçekleştirdiği bu projeyle amacı Türkiye'de motosiklet ve scooter kültürünü artırmak ve şirketlerden gelen katılımcıları potansiyel bir müşteriye dönüştürebilmek.

Bu amaçtan hareketle şirketlerle işbirliğine giden Vespa Academy, motosiklet tutkunu olanlara ya da olma yolundakilere iki tekerli dünyanın kapılarını açıyor. İstanbul'da (Ulus'ta) yer alan 4 bin metrekarelik eğitim pistine gruplar halinde gelen şirket çalışanlarına farklı seviyelerde ücretsiz sürüş eğitimleri veren Vespa Academy'nin eğitimlerine katılan firmalar arasında Turkcell, Philip Morris, Medyasoft, Mobilera gibi çok sayıda şirket bulunuyor. Bugüne kadar 1000'e yakın şirket çalışanına bu eğitimi verdiler. Üstelik ücretsiz eğitimlere katılmak için hiçbir koşul da yok. Adayların sadece bisiklet dengesine sahip olması yeterli. Ayrıca Ferco Motor, "Şirketler Vespa Academy'de Buluşuyor" projesiyle 28 Ocak'ta İtalya merkezde düzenlenecek bir ödül töreniyle tüm Vespa pazarlarında en iyi marketing ödülünü alacak.



10.

ATASAY

medyaevi

10.

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Atasay Altın Çadır Günleri
:Atasay Kuyumculuk - Medyaevi İletişim
:Medyaevi İletişim Danışmanlığı
:10-12-2010 - 15-12-2010
:Elif Sancar Arıcan / Selma Uz Kaplangı

70 yılı aşkın süredir kuyumculuk sektörünün oyun kuruculuğunu üstlenen Atasay, alanında bir ilk olan "Altın Çadır Günleri" Projesi ile seri sonu ve stok fazlası ürünlerinin halka satışını gerçekleştirmiştir. Atasay Kuyumculuk'un yenilikçi projelerinden bir yenisi olan ve sektöründe yine bir konsept başlatan Proje, 4 hedefle gerçekleştirilmiştir:

- 1- Her sezon tekstil sektöründe olduğu gibi altın ve pırlantada yeni koleksiyon üretimi yapan Atasay'ın eski koleksiyonlarına ait ürünlerini yüksek indirim oranlarıyla kitlelere ulaşmasını sağlayarak her kadını Atasay takısı sahibi yapmak, markalı altını ulaşılabilir lüks kategorisine sokmak
- 2- Atasay'ın sadık müşteri kitlesi dışında yeni ve potansiyel kitlelere ulaşmak, Atasay Fabrika Satış Mağazası'nın bilinirliğini artırmak
- 3- Gündem oluşturmak, Proje'yi "beklenen Atasay indirim günleri" konumuna taşımak
- 4- Ağızdan ağıza iletişim yaratmak

Yaratıcı ve öncü bir pazarlama uygulaması olması açısından dünya kuyumculuk sektöründe de bir 'ilk' olarak hayata geçirilen Proje, 10-12 Aralık 2010 tarihleri arasında planlanmıştır.

"Altın Çadır Günleri"nin kısa bir süre içerisinde sektörün bir diğer oyuncusu tarafından uygulanmaya başlanmış olması Atasay Kuyumculuk'un sektör öncülüğünü bir kez daha göstermiştir.

Proje sonucunda stok fazlası ürünler eritilmiş, 5000'in üzerinde yeni müşteri kazanılmış, TV'lerin ana haber kuşakları, gazete ve internette yer alan haberlerle kamuoyunun gündemine oturan Proje ile ilgili 100 haber yayınlanmıştır.



AYGAZ

LOBBY
Üniversite Halkla İlişkiler-Tarım
Turizm Organizasyon Hizmetleri A.Ş.

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Aygaz Dönüşümcü Kulübü Projesi
:Aygaz A.Ş.
:Lobby PR
:01-04-2010 - 31-12-2010
:Devrim Çubukçu

Bütün paydaşlarıyla iletişime önem veriyoruz. 2010 yılında Dönüşümcü Kulübü'nü kurarak hem bu iletişimi derinleştirmek, hem de yetkili otogaz dönüşüm merkezlerinin gelirlerine ek maddi kazanç elde edebileceği, birbirleriyle ve Aygaz'la düzenli iletişim içinde olmaları özel bir platform oluşturmaya çalıştık. Böylece yetkili otogaz dönüşümcülerine, aracını otogaza dönüştüren müşterilere ve otogaz bayilerine 'kazan-kazan' ilkesi doğrultusunda avantaj sağlayacak bir sistem sunduk. Dönüşüm sektöründe "merdiven altı" olarak tabir edilen, yetkili olmayan işyerlerince yapılan uygulamalar büyük sorun teşkil ediyor. Dönüşümcü Kulübü ile standartlara uygun çalışan, yasalara saygılı, yetkili dönüşüm merkezlerini destekliyoruz. Standartlara uygun dönüşümlerle sektörün sağlıklı büyüyeceğine ve uzun soluklu olacağına inanıyoruz. Bu sebeple "Aygaz Dönüşümcü Kulübü"ne sadece TSE hizmet yeterlilik belgesi bulunan dönüşümcüleri kabul ediyoruz. Yetkili dönüşümcülerin %60'dan fazlasının ilk yıl tamamlanmadan üye olduğu Dönüşümcü Kulübü projemizi, ülkemizin diğer markalarına örnek olması umudu ile Altın Pusula'ya aday gösteriyoruz. Dönüşümcü Kulübü ile 2011 yılında da, Türkiye'nin dört bir tarafında konferanslar düzenlemeye, etkileşimli web platformu ile bilgilendirmeye, basın iletişimi ile sektörün sorunlarını kamuoyu gündemine taşımaya ve nihai tüketicilere sunulan faydayı arttırmak üzere sektör paydaşları arasında işbirliğini arttırmaya devam etmeyi hedefliyoruz.



10.

AKBANK

Projenin Adı	:Akbank-Kırmızıya Koş
Başvuran Kuruluş	:Akbank
Halkla İlişkiler Ajansı	:-
Projenin Dönemi	:01-03-2010 - 31-03-2010
Proje Yetkilisi	:Banu Harputlu
Proje Özeti	

Akbank, Alternatif Dağıtım Kanalları'nın faydalarını vurgulamak ve daha fazla müşterinin bu kanalları kullanmasını sağlamak amacıyla 'Kırmızıya Koş' kampanyasını gerçekleştirdi. ATM, internet ve mobil bankacılık gibi alternatif dağıtım kanallarının ön plana çıkmasından hareketle yapılan bütünleşik pazarlama faaliyetleri ile Akbank ATM'lerinin bilinirliği ve yaygınlığı, İnternet Şubesi'nin kolaylık ve faydaları vurgulandı.

Proje kapsamında yapılan çalışmalar:

- TV, radyo ve dergi reklam çalışmaları yapıldı.
 - Hazırlanan web sitesi ile önceden cep numaraları alınan kullanıcılara, bulundukları lokasyona göre SMS gönderimi yapıldı ve hedef Akbank ATM'sine koşmaları istendi. Hedef ATM'ye en hızlı şekilde ulaşan katılımcılara ödül verildi.
 - İkinci ayakta, Akbank İnternet Şubesi kullanıcıları, 'Kırmızı Alarm'ları takip edip, önceden kendilerine verilen şifreyi SMS yoluyla belirtilen numaraya gönderdiler.
 - İnteraktif billboardlara kırmızı alarmlar yerleştirildi. Uygulama, internet bannerlarıyla da pekiştirildi. Her alarmda billboardlar, bannerlar, Akbank sosyal medya hesapları ve SMS gönderimleri aynı anda harekete geçirildi.
- ATM kampanyası medyada heyecanla karşılandı. SMS aracılığıyla 192.750 kişiye yarışma duyurusu gönderilirken kampanyaya toplam 20.000 kullanıcı kayıt oldu ve kampanya sayfaları 280.000 kez görüntülendi ve sosyal medyada iki haftada 150.000 katılımcıya ulaşıldı. İnternet Şubesi kampanyası ile Akbank İnternet Şubesi kullananların sayısı %23 oranında arttı.

10.



Marshall

Capitol *Ogilvy* Public Relations Worldwide

10.

PAZARLAMA İLETİŞİMİ ve BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA PROJELERİ

Projenin Adı	:Akzonobel Marshall Boya Renklendir Hayatı (Let's Colour)
Başvuran Kuruluş	:AkzoNobel Marshall Boya
Halkla İlişkiler Ajansı	:Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide
Projenin Dönemi	:01-07-2010 - 17-01-2011
Proje Yetkilisi	:Betül Değirmenci
Proje Özeti	

Let's Colour (Renklendir Hayatı) Projesi, gri alanları renkli hale getirmek için AkzoNobel tarafından dünya çapında başlatılan bir girişim. Dünyanın her yerinde yerel halkla birlikte çalışılıyor, caddeler, evler, okullar ve meydanlar boyanarak, yeniden renklendiriliyor.

Let's Colour Projesi, Mart 2010'dan başlayarak, Brezilya, Fransa, İngiltere ve Hindistan'a renk getirdi. Yerel halklar kollarını sıvadı ve okulları, sokakları, evleri ve meydanları boyamak için bu renk hareketine katıldı.

Marshall "Renk Hareketi"ni Türkiye'ye getirdi

Dekoratif Boya sektörünün lider kuruluşu AkzoNobel'in bir parçası olan Marshall Boya da, insanların hayatına renk ve estetik katma konusundaki uzmanlığını, Let's Colour (Renklendir Hayatı) Projesi ile bir adım daha ileriye taşıdı.

Evlere, sokaklara, insanların hayatına farklılık ve canlılık getiren bu Renk Hareketi'ni, Kadıköy Belediyesi'nin değerli katkıları, gönüllüler ve tüm sokak sakinlerinin katılımıyla

İstanbul'da, Ayrılık Çeşmesi Sokağı'ndan başlattı.

Bu proje sayesinde Ayrılık Çeşmesi Sokağı, yenilenerek, renklendi. Sokak, daha nice uzun yıllar yaşamaya devam edecek.

Ayrıca bu renk hareketi, içinde nice güzel yaşanmışlıklar barındıran sokağın sadece çehresini değiştirmekle kalmayıp, bu sokakta yaşayan insanlara da ilham verdi. Sahip olduğumuz değerlerin, tarihi ve kültürel mirasların rengarenk ve capcanlı anılar olarak, geleceğe aktarılması konusunda herkesi motive etti.



Projenin Adı	:Kumbara Dergisi
Başvuran Kuruluş	:Türkiye İş Bankası
Halkla İlişkiler Ajansı	:MPR Halkla İlişkiler
Projenin Dönemi	:17-01-2011 - Devam Ediyor.
Proje Yetkilisi	:Zuhal Üreten

Proje Özeti

Türkiye'nin en büyük A Tipi fonu olan İş Bankası Kumbara Fonu, 190 bini aşkın çocuk yatırımcısı için Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları tarafından çocuk yayınlarında uzman bir ekibin katkılarıyla "Kumbara Dergisi" adında yepyeni bir çocuk dergisi hazırlıyor.

Kumbara Dergisi; bilim, teknoloji, spor, kültür, sanat gibi pek çok konuyu kapsıyor. Her üç ayda bir yayımlanarak Kumbara Fonu hesabı bulunan çocuklara ücretsiz gönderilen dergide ayrıca bilmeceler, bulmacalar, kitap önerileri gibi pek çok eğlenceli bölüm de yer alıyor.

10.





Born to Rock

PRfit
İletişim Danışmanlığı

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Gap Born To Rock Müzik Yarışması
:Gap Mağazacılık A.Ş.
:PRfit İletişim Danışmanlığı
:01-03-2010 - 01-02-2011
:Beyza Çağlar

Gap markasının 40. yıl nedeniyle tüm dünyada marka özünde bulunan 'jeans and records' temalı projeler gerçekleştirmesine karar verildi. Gap Türkiye, PRfit tarafından, bahsedilen temada ve marka ruhuna ve hedef kitlesine uygun proje kurgulanmasını istedi. MySpace dijital platformu kullanılarak hazırlanan 'Gap Born To Rock Müzik Yarışması', amatör rock gruplarının katıldığı, özel jürinin de destek verdiği halk oylamasıyla gerçekleşen bir dijital yarışma olarak kurgulandı. Gap markası, hem var olan hedef kitlesine müzik ile olan birlikteliğini anlatmak hem de yeni hedef kitlelerle buluşmasını sağlarken amatör rock sanatçılarına 40. yıl dönümünü nedeniyle destek verme imkânı sağladı. Yarışmanın birincisine Demir Demirkan'ın prodüktörlüğüyle single ve video klip prodüksiyonu gerçekleştirildi. Ayrıca İstanbul, İzmir, Ankara ve Eskişehir'de düzenlenen konserlerde Gap Born To Rock yarışması birincisi Demir Demirkan'ın ön grubu olarak sahne aldı. Tüm proje, dijital medya, televizyon ve yazılı basında da geniş olarak yer aldı. Böylelikle, Gap'in 40. yıl dönümü nedeniyle Türk amatör rock müziğine destek olması, topluma katkı projesi olarak ilgi görmesini de sağladı. Markanın, yeni hedef kitlelerle buluşması hem itibar hem de marka imajına katma değer olarak yansıdı.



10.



Projenin Adı	:ClubFinans Doctors
Başvuran Kuruluş	:Finansbank
Halkla İlişkiler Ajansı	:Ünite İletişim
Projenin Dönemi	:18-01-2011 - 18-01-2011
Proje Yetkilisi	:Pelin Hızal Smines
Proje Özeti	

Finansbank, insanlığın sağlığı için gece-gündüz çalışan doktorların finansal ve kişisel ihtiyaçlarına en iyi çözümü sunabilmek amacıyla 'ClubFinans Doctors' adıyla yenilikçi bir programı hayata geçirmiştir. Programın lansman toplantısı, 2 Ağustos 2010 tarihinde 400 yıllık tarihi olan ve Osmanlı Darüşşifası'nın canlandırıldığı ilk ve tek müze olan Edirne Sultan II. Beyazıt Külliyesi Sağlık Müzesi'nde gerçekleştirilmiştir. Finansbank, Türkiye'de bir meslek gurubuna yönelik en kapsamlı şekilde hazırlanan ClubFinans Doctors ile doktorların en çok tercih ettiği ve güvendiği banka olmayı hedeflemektedir.

ClubFinans Doctors'ın finansal avantajları arasında, TUS kazanan doktorlara faizsiz kredi, Mesleki Sorumluluk Sigortası'nda ve tüketici kredilerinde indirim, leasing'te özel avantaj paketi, özel müşteri ilişkileri yöneticisi, özel faiz oranları ve özel call center hizmet asistanı bulunmaktadır. Doktorların yaşamın her anında en önde olmaları için ise; Rixos otellerinde bir misafirleriyle birlikte konaklama, ücretsiz kuru temizleme, "primeclass" CIP Servis ve Lounge ayrıcalıkları sunulmaktadır.

Türkiye'deki aktif 120 bin doktorun yarısının 3 yıl içinde ClubFinans Doctors üyesi olması hedeflenen projede, 4 ayda 40 bin doktora ulaşılmıştır. 'ClubFinans Doctors' web sitesi aracılığıyla kampanyalar ve yenilenen hizmetlerin duyurusu da iletilmektedir. Aralık 2010'da TNS Piar'ın yaptığı araştırmada doktorlar "en cazip bankacılık paketi" olarak ClubFinans Doctors'ı belirtmişlerdir.

10.





Projenin Adı

:Memnun Kalmazsanız Paranız İade
Kampanyası

Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı

:Vodafone Telekomünikasyon A.Ş.
:RedUnit

Projenin Dönemi

:17-09-2010 - 01-03-2011

Proje Yetkilisi

:Sevil Wittmann

Proje Özeti

Vodafone Türkiye, 17 Eylül 2010 tarihinde Türk mobil iletişim sektöründe devrim niteliğinde değerlendirilecek bir ilki müşterilerinin kullanımına sundu.2011 yılının Mart ayına kadar geçerli olacak ve içeriğinde numarasını ilk defa Vodafone'a taşıyan herkesin kapsama dahil tüm Vodafone hizmetlerini 1 ay boyunca deneme, memnun kalmazsa yaptığı konuşma bedelinin tamamını geri alma fırsatının yer aldığı kampanyanın iletişim çalışmaları kapsamında reklam yüzü olan oyuncu Şafak Sezer'in basın toplantısına katılımının yanı sıra, TV reklamları ve sokak aktiviteleri ile de güçlü bilinirlik elde edildi. Vodafone'un müşterilerine sunduğu ve tüm telekomünikasyon sektörü için 2010 yılının en büyük kampanyası ve Türk mobil iletişim sektörü için bir dönüm noktası olma niteliğini taşıyan "Memnun Kalmazsanız Paranız İade" kampanyasının reklam yüzü Şafak Sezer ilk defa bir basın toplantısına katılarak herkesi şaşırttı. İlginç bir kurgu eşliğinde masadan fırlayarak basın toplantısına katılan Sezer, hem misafirlerin ilgi odağı oldu hem de toplantıya esprileriyle neşe kattı. Sezer ayrıca toplantıya moderatör olarak katılan Vodafone reklamlarının dış sesi Esen Günay ile gerçekleştirdiği ilginç diyaloglar ile reklam filmlerindeki espri dolu çekilmeyi sahneye taşıdı. Basın toplantısı ve reklam çalışmalarına ek olarak Bağdat Caddesi ve Taksim'de reklam filmine paralel olarak pijama giymiş ve Şafak Sezer maskesi takmış oyuncuların gerçekleştirdiği sokak aktivitesi de geniş kitlelerin ilgisini çekti.

10.





Projenin Adı :İstanbul Modern Kampüste
Başvuran Kuruluş :İstanbul Modern Sanat Müzesi
Halkla İlişkiler Ajansı :Youth Republic
Projenin Dönemi :01-04-2010 - 24-12-2010
Proje Yetkilisi :Didem Ardaçoğ

Proje Özeti

İstanbul Modern, üniversitelilere müze kültürü kazandırmak, kültür ve sanatı hayatlarının bir parçası haline getirmek, müzeyi düzenli olarak ziyaret etmelerini sağlayarak etkinliklere katılımlarını arttırmak amacıyla 2010 yılının Nisan, Mayıs, Ekim, Kasım ve Aralık aylarında Boğaziçi, Yıldız Teknik, İstanbul Teknik, Galatasaray, Mimar Sinan, Bahçeşehir, Kültür, Koç ve Işık Üniversiteleri'nde afişleme, flyer ve etkinlik takvimi dağıtımı, blackboard marketing ve online tanıtımlar yapmıştır. Proje kapsamında üniversite öğrencilerinden oluşan "Marka Takımları" aktif olarak kendi üniversitelerinde görev almış, arkadaşlarına İstanbul Modern'i ve etkinliklerini anlatmışlardır. Görevli öğrenciler, öğrencilerin sıklıkla takip ettiği Facebook, Twitter, Gmail, MSN, Ortakantın gibi sosyal medya sitelerinde online tanıtımlar da yapmışlardır. Projeyle öğrencilerin müzede gerçekleşen güncel etkinliklere katılımı teşvik edilmiş, bazı kampüslerden müzeye ücretsiz servis aracıyla dönemsel olarak ulaşım sağlanmıştır.

Çalışmaların ölçümlenebilmesi için sonbahar tanıtımlarından önce ve sonra kampüslerden toplam 334 öğrencinin katıldığı anket çalışmaları düzenlenmiştir. Sonuçlar, seçilen kampüslerde İstanbul Modern'in üniversiteliler arasındaki bilinirliğinin %77'den %96'ya, ziyaret oranının ise %39'dan %65'e yükseldiğini göstermiştir. Bu sonuçlar, projenin müze kültürünün üniversitelilerin hayatına girmesinde önemli bir adım olduğunu göstermektedir.



10.



Projenin Adı :OPET'e Gelin Evinizi Fulleyin
Başvuran Kuruluş :OPET Petrolcülük
Halkla İlişkiler Ajansı :Grup 7 İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi :01-02-2010 - 31-01-2011
Proje Yetkilisi :Ayşenur Aydın
Proje Özeti

OPET, 2008'de başlattığı Arçelik kampanyasını 2010'da kapsamını genişleterek devam ettirdi. OPET'in Arçelik A.Ş. ile düzenlediği hediye kampanyası, 2010'da "OPET'e Gelin Evinizi Fulleyin" sloganıyla tüketiciyle buluştu. Kampanya, akaryakıt sektöründe bugüne kadar yapılan en büyük ve geniş kapsamlı kampanya. OPET'ten OPET kart veya diğer parolu kartlarıyla akaryakıt veya otogaz alan herkes kampanyaya katılarak 1000'e yakın Arçelik, Beko ve Grundig markalı ürünlerden dilediğini seçme şansına sahip oldu. Hediyeler arasında bulaşık makinesi, LCD TV, kişisel bakım ürünleri, buzdolabı, klima, mutfak aletleri gibi ürünler yer aldı. Basın iletişimi, TV reklamı, gazete ve dergi ilanları, sinema reklamı, internet banner çalışmaları ve otobüs giydirmeleri yapılarak kampanya duyurumu sağlandı. 2010'da TV reklamları ile 31.180.601, 2009'da 34.029.169, 2008'de ise 36.685.594 kişiye erişim sağlandı. 2010'da kampanya ile ilgili ulusal mecralarda 17 haber yer alırken 4.180.216 kişiye erişim sağlandı. 2009'da 11 haber ile 3.657.297 kişiye erişim sağlandı. 2008'de 14 haber ile 3.945.337 kişi için erişim elde edildi. 2008'de 308 bin OPET müşterisinin dahil olduğu kampanyada 523 bin adet ürün dağıtımı yapıldı. 2009'da 290 bin müşteri kampanyaya dâhil olurken 403 bin ürün dağıtımı gerçekleşti. 2010'da kampanyaya 320 bin OPET müşterisi katılım gösterdi. 31 Ocak 2011'e kadar 140 bin adet hediye dağıtıldı, dağıtım sürüyor. OPET, böylece 300 binden fazla kişiye ulaşmış, müşteri sadakati yaratmıştır

10.



KRİZ İLETİŞİMİ

(Bu kategoriye başvuru yapılmamıştır)

10.

altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ



ETKİNLİK YÖNETİMİ

10.

altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ





Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Bursa Modern Festival Meydanı Açılışı
:Sinpaş GYO
:Team İletişim ve Danışmanlık
:01-06-2010 - 01-11-2010
:Barış Ekinci

Bursa içerisinde 7 dönümlük alana kurulu yeni etkinlik merkezi kurulması. Projenin açılışı kapsamında BKM ile işbirliği kurularak Ajda Pekkan, Gülsen Ergen, MFÖ ve Sertab Erener gibi sanatçıların konser vermesinin sağlanması. Yazılı ve görsel basınla, Festival Meydanı'nın Bursa'nın yeni çekim merkezi olduğunun vurgulanması ve etkinliklerin özel bir medya ile duyurulmasının sağlanması ve Bursa'nın İstanbul Kuruçeşme Arena vb. gibi yeni bir konser alanına kavuşması.

10.





medyaevi

10.

Projenin Adı	:3 İlde, 4 TeknoSa Mağazasının 3 Boyutlu Açılış Töreni
Başvuran Kuruluş	:TeknoSa İç ve Dış Tic. A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı	:Medyaevi İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi	:10-01-2011 - 10-01-2011
Proje Yetkilisi	:Banu Karamuk

Proje Özeti

Teknoloji perakendeciliğinde rota ve gündem belirleyen TeknoSa aynı anda 3 farklı ilde açtığı 4 mağazasını 3D yayınlı konuklara ve tüketicilere sunarak dünyada bir ilke imza atmıştır.

17 Aralık 2010 tarihinde İstanbul Cevahir AVM, İstanbul Torium AVM, Ankara Batıkent CarrefourSa ve Adana Sabancı İş Merkezi mağazalarının açılış etkinlikleri eş zamanlı gerçekleştirilmiş ve etkinlik baştan sonra 3D yayınlı görüntülenerek yansıtılmıştır. Cevahir AVM'de açılış öncesi basın toplantısı Sn. Güler Sabancı, Sn. Haluk Dinçer ve Sn. Mehmet T. Nane'nin katılımıyla organize edilmiştir. Türkiye ekonomisinin olumlu gidişatı ile birlik ve beraberlik mesajları verilen toplantıda, yıllık sektör değerlendirmeleri ışığında TeknoSa'nın Sabancı Grubu içindeki yeri ve önemine vurgu yapılmış, 2010 yılında devam eden büyüme ve 2011 yılı hedeflerinden söz edilmiştir. Toplantı sonrası mağaza girişine kurulan dev ekranlarda diğer 3 mağazanın açılış görüntüleri 3D olarak izlenmiş ve akabinde Cevahir mağazasının açılışı 3D kameralar aracılığıyla görüntülenerek ekranlara yansıtılmıştır. Kurdele kesimi ve açılış seremonisinin ardından 3D etkili özel Poi dansı ve jonglörün showu gün boyu devam etmiş, tüketicilere de 3D Açılış coşkusu yaşatılmıştır.

TeknoSa bu organizasyon ile liderlik mesajını pekiştirmiş ve sektöründe fark yaratan çalışmalara imza atmaya devam edeceğini bir kez daha ortaya koymuştur.





AYGAZ

LOBBY
Ulusal Halkla İlişkiler Tanıtım
Türleri Organizasyon Hizmetleri A.Ş.

Projenin Adı :Sagalassos'un Uyandırılması Projesi
Başvuran Kuruluş :Aygaz A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı :Lobby PR
Projenin Dönemi :01-03-2010 - 06-09-2010
Proje Yetkilisi :Devrim Çubukçu
Proje Özeti

Aygaz olarak, ekonomik kalkınmanın sosyal ve kültürel kalkınmadan bağımsız olmadığını biliyoruz. Her gün yüz binlerce kişiye ürün ve hizmetlerini ulaştıran bir marka olarak, sosyal sorumluluk çalışmalarımızla geçmişe sahip çıkmaya ve geleceğe yatırım yapmaya çalışıyoruz. "Kayıp şehir" Sagalassos'un uyandırılması projesine 2005 yılından bu yana tek Türk sponsor olarak destek verdik ve kentin sembolü olan Antoninler Çeşmesi'nin restorasyonunu 2010 yazında tamamladık. UNESCO'nun Dünya Mirası Listesi'ne aday Sagalassos'taki kazılara yaşanan ekonomik krizlere rağmen 6 yıl aralıksız süren desteğimiz, bölge halkına istihdam olanağının yanı sıra sosyal gelişim için fırsatlar da sundu. Antoninler Çeşmesi'nin 1.800 yıl aradan sonra suyla buluşması bu nedenle hem bizim, hem de yöre halkı için önemliydi. 28 Ağustos, Cumartesi günü güneş batarken çeşmeden antik çağlardaki gibi sular yeniden aktı. Bu buluşmaya tanıklık etmek için dünyanın dört bir tarafından gelen konuklarımızı, Anadolu kültür mirasının en son ev sahipleri olarak çok özel bir törenle ağırladık. Törene ilişkin etkinlik yönetimimizi, ülkemizin diğer markalarına örnek olması umuduyla Altın Pusula'ya aday gösteriyoruz. Antoninler Çeşmesi'ni ziyaret eden herkesin Anadolu topraklarının tarihi zenginliğine bir kez daha saygı duyacağına inanıyor, üç yıl daha destekleyeceğimiz Sagalassos projesiyle, tarihe tuttuğumuz ışığın geleceği de aydınlatacağına inanıyoruz.



10.



medyaevi

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı

:Fairy Hamsi Tava Şenliği
:Fairy
:Medyaevi İletişim
DM Ajansı: AFF İSTANBUL
:01-09-2010 - 30-11-2010
:Dilhan Durak / Yonca Erkan/ Görkem Uraz
& Özgür Karaçak

Proje Özeti

Dünyanın bir numaralı deterjan üreticisi Procter&Gamble'nin Türkiye'de lansmanını yaptığı üstün yağ çıkarma gücüne sahip bulaşık deterjanı Fairy, bir ilke imza atarak ürünün vaadini reklamlarda paylaştığı mesaj üzerinden gerçekleştirdiği etkinlik ile tüketicileriyle paylaşmıştır. Reklam konsepti olan "Hamsi Tava Şenliği" etkinlik olarak hayata geçirilerek, tüketicilerin bulaşık deterjanında en çok aradığı iki özellik olan yüzde 100 yağda bile etkili olma ve az miktar deterjan ile çok sayıda bulaşık yıkama gücü katılımcılara deneyimletilmiştir. Etkinlik öncesi farklı noktalarda Fairy markalı aktivite kızları, şenlik broşürleri ve ürün numunelerini dağıtmışlardır. 6 Kasım'da Beşiktaş Meydanı'nda gerçekleşen şenlikte hem eğlence hem ziyafet ile katılımcılara keyifli dakikalar yaşatılmış hem de ürünün üstün performansı gözler önüne serilmiştir. 3 ton hamsi, 8 aşçı tarafından 2,2 metre çaplı dev tavada pişirilen balıkların kirlenen tavası da katılımcıların gözlerinin önünde yıkanmıştır. Bütün gün boyunca ziyaretçilere bedava ekmek arası hamsi tava verilmiştir. 2,2 metre çapındaki dev tavalarda büyük ilgi görmüştür. Gün boyunca DJ ve sunucu ziyaretçileri eğlendirirken Fairy'nin reklam yüzü Berna Laçın de etkinliğe katılmıştır. Berna Laçın gün boyu katılımcılarla sohbetler ederek, soru-cevap yarışmalarıyla katılımcılara hediyeler dağıtmıştır, dev tavadan hamsi ikram etmiş ve Fairy demosunu yapmıştır. Şenlikte toplam hedef 30 bin ziyaretçi iken, hedef 45 bin kişiyle aşılmıştır.



10.



EXCEL İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI

10.

Projenin Adı	:Evet! TTNET Şehrinizde
Başvuran Kuruluş	:TTNET
Halkla İlişkiler Ajansı	:Excel İletişim ve Danışmanlık
Projenin Dönemi	:08-05-2010 - 29-06-2010
Proje Yetkilisi	:Aytül Erinc

Proje Özeti

Projenin Amacı:

- İnternet erişiminin Türkiye çapında yaygınlaşması ve teknoloji sayesinde kurum ve bireylere sunulan faydaların tanıtılması,
- Müşteri ile duygusal bağ kurmak,
- TTNET'in ürün, servis ve kampanyalarını müşteri ile aynı platformda buluşturmak, bunların sağlamış olduğu faydalardan haberdar etmek,
- Marka bilinirliğini artırılmasına ve marka bağlılığına katkıda bulunmak,
- Kurum itibarına katkı sağlamak.

Proje İçeriği

Teknoloji Buluşmaları, TTNET Teknoloji Dünyası Tırı ve Açık hava Konserleri olmak üzere 3 ana başlık altında toplanan etkinlikler; coğrafi koşul ve ülkenin içinde bulunduğu konjonktürel durum göz önünde bulundurularak hayata geçirildi.

Etkinliklerin gerçekleştirildiği iller; Çanakkale, Balıkesir, Denizli, Antalya, Mersin, Adana, Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa, Mardin, Van, Erzurum, Erzincan, Yozgat, Eskişehir, Bolu

•Teknoloji Buluşmaları

- 8 ilde düzenlenen teknoloji buluşmalarına gidilen şehirlerdeki il protokolü, yerel basın, iş dünyası, SOHO-KOBİ-STK'lar, bayiler, satış kanalları ve büyük firmaların IT yöneticileri davet edildi.
- Teknoloji Buluşmaları kapsamında; TTNET ve bilişim sektöründeki lider markaların yöneticileri ile sektördeki değişimler ve gelişmeler hakkında bilgilendirme toplantıları yapıldı.

•TTNET Teknoloji Dünyası Tırı

- 16 ilde düzenlenen etkinlikler kapsamında; şehir merkezlerinin kalabalık noktalarında konumlanan TTNET Teknoloji Dünyası Tırı ile katılımcılara keyifli anlar yaşatıldı.



SABANCI VAKFI

G7 GRUP7
İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI

Projenin Adı :Sabancı Vakfı / 12. Devlet Tiyatroları -
Sabancı Uluslararası Adana Tiyatro Festivali
Başvuran Kuruluş :Hacı Ömer Sabancı Vakfı
Halkla İlişkiler Ajansı :Grup 7 İletişim Danışmanlığı A.Ş.
Projenin Dönemi :27-03-2010 - 29-04-2010
Proje Yetkilisi :Ebru Eren

Proje Özeti
"Devlet Tiyatroları-Sabancı Uluslararası Adana Tiyatro Festivali", Sabancı Vakfı, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Devlet Tiyatroları işbirliğiyle düzenleniyor. Dünya Tiyatrolar Günü'nde kapılarını açan Festival, 2010 yılında yerli ve yabancı 18 tiyatro topluluğunu ağırladı. Oyunlar, Adana H.Ömer Sabancı Kültür Merkezi'nde sergilenirken, açılışta ve festival boyunca açık hava gösterileri Adanalılarla buluştu. İtalyan Studio Festi grubu, Seyhan Nehri üzerinde açılış gösterisini; Fransız Transe Express grubu ise Tren Garı'nda kapanış gösterisini sahneledi. Festivalin açılış töreni, Kültür ve Turizm Bakanı'nın da aralarında bulunduğu seçkin davetlilerin katılımıyla gerçekleşti. Festivalin açılışında, bugüne kadarki en yüksek halk katılımı gerçekleştiği gibi, oyunlar da kapalı gişe oynadı. Festival, görsel ve yazılı basında da yankı uyandırdı, geniş kitlelere erişildi. Festival'in, tiyatro gibi kısıtlı bir kitleye hitap eden sanat dalının Adanalıların ilgisini çekmesi, Adana'nın uluslararası bir kültür-sanat merkezi olmasına katkı sağlaması ve yerel bir tiyatro şenliğinden çok "uluslararası bir festival" algısının yerleşmesi, iletişimin temel amaçlarını oluşturdu. Yapılan etkinlik yönetimi çalışmaları da, temelde bu amaca hizmet etti. Festivalin açılına kadar geçen süreçte Sabancı Vakfı ve diğer iş ortaklarıyla koordinasyon içinde olundu, hazırlıklar tüm tarafların beklentilerini karşılayacak şekilde yürütüldü. Medya ilişkileri de çok yönlü düşünüldü.

10.





medyaevi

Projenin Adı :Volvo S60 Türkiye Lansmanı
Başvuran Kuruluş :Volvo
Halkla İlişkiler Ajansı :Medyaevi İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi :01-03-2010 - 29-10-2010
Proje Yetkilisi :Ebru Ekşi Akınoğlu
Proje Özeti

Volvo'nun yeni vizyonunu yansıtan S60'ın 2010 yılındaki yeni modelinin lansmanı Türkiye'de müşteri ve basın mensuplarının katıldığı bir etkinlik ile gerçekleştirildi. Etkinliğin ana konsepti yeni Volvo S60'ın "güvenlikte son teknoloji ve dinamizm" vaadinin ve otomobilin üstün özelliklerinin deneyimlenmesi üzerine kuruldu.

Dünya premiyeri 2010 Mart ayında Cenevre Otomobil Fuarı'nda yapılan S60'ın Türkiye'deki lansman çalışmalarına Mart ayından itibaren medya çalışmaları ile başlandı.

Otomobil ilk olarak Ekim 2010'da İstanbul Park Formula 1 Pisti'nde bir şölen havasında gerçekleştirilen lansmanda tanıtıldı.

Basın mensuplarına ve Volvo müşterilerine denenmemiş tarzda bir test sürüşü ile, teknolojik yenilikler ve dinamik özellikleri deneyimletildi. Aileleri ile birlikte davet edilen Volvo müşterileri için platformlar kuruldu. Volvo'nun İsveçli marka kimliğinin altının çizilmesi amacıyla 1993 yılının İsveç Güzeli ve dönemin ikonu Victoria Silvstedt lansman için Türkiye'ye geldi. Böylelikle iki ikon bir araya gelerek Volvo S60'ın İsveç tasarım ikonu olduğu mesajı verildi.

Lansmana ayrıca 1995 ve 2003 Türkiye Ralli Şampiyonu Volkan Işık ve Volvo Cars Driving Academy pilotları katıldı. İsveçli VCDA pilotlarıyla, Volkan Işık ve ekibinin şovlarıyla renklenen test sürüşünde, Victoria Silvstedt, gözü kapalı şekilde "Yaya Algılama Sistemi"ni test etti. Testi başarıyla geçen S60, Volvo'nun sürüş güvenliğine verdiği önemi bir kez daha göstermiş oldu.



10.



medyaevi

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Burger King Hoop Fest 3E3 Tek Pota
:TAB GIDA SAN. ve TİC. A.Ş.
:Medyaevi İletişim Danışmanlığı
:01-08-2003 - 19-10-2010
:Seçil Demiralp / Selma Uz Kaplangı

Burger King Hoop Fest 3E3 Tek Pota özel alanlara gerek kalmadan herkesin sokakta spor yapmasını sağlamak, takımdaşlığı desteklemek ve gençlere spor alışkanlığı kazandırmak amacıyla 2003 yılından beri 8 yıldır gerçekleştirilmektedir. Burger King Hoop Fest 3E3 Tek Pota'da katılım olarak daha önce gerçekleştirilen turnuvaların en büyüğü olma unvanına sahiptir.

8 yıldır İstanbul, İzmir, Bursa, Adana, Antalya olmak üzere toplam 5 ilde, ücretsiz katılım ile gerçekleşen Burger King Hoop Fest 3E3 Tek Pota etkinlikleri kapsamında gençlere, açık havada spor yapma, konusunda profesyonel kişilerce hazırlanan gösterileri izleme olanağı sunulmakta, heyecan ve eğlencenin birleştiği bir festival ortamı yaratılmaktadır.

Burger King Hoop Fest 3E3 Tek Pota'ya katılım, kategori ve yaş gruplarına göre olmakta ve başvurular projeye özel web sitesi olan www.bkhoopfest.com üzerinden yapılmaktadır.

Üç kişilik takımlarla yarı sahada oynanan bir sokak basketbolu turnuvası olan Burger King Hoop Fest 3E3 Tek Pota'da kazanan takım Burger King tarafından basketbola yönelik hediyelerle ödüllendirilmektedir.

5 ilde gerçekleşen Burger King Hoop Fest 3E3 Tek Pota'ya 8 yılda, 3.153 takım ve yaklaşık 12.601 oyuncu katılmış, on binlerce kişi tarafından izlenmiştir.

10.





FASHIONAIR

UNITE
i l e t i ſ i m

10.

Projenin Adı :Akmerkez FashiOnAir
Başvuran Kuruluş :Akmerkez Alışveriş Merkezi
Üçgen Bakım ve Yönetim Hizmetleri
Halkla İlişkiler Ajansı :Ünite İletişim ve Tanıtım Hizmetleri
Projenin Dönemi :07-04-2010 - 17-01-2011
Proje Yetkilisi :Ela Belül
Proje Özeti
Akmerkez, modayı ve genç tasarımcıları destekleyen bir anlayışla 2010 yılında "Akmerkez FashiOnAir" projesini hayata geçirmiştir. Proje, tekstilden endüstriyel tasarıma, aksesuardan dekorasyona farklı kategorilerde çalışmalara imza atan genç tasarımcıların ilk kez bir alışveriş merkezi içerisinde farklı bir konseptle bir araya gelmesini sağlamıştır. Akmerkez, bu projeyle moda ve mimarinin beraber kullanıldığı ve her dönemde farklı bir temanın yorumlandığı "Pop-Up Mağaza" anlayışını Türkiye'deki moda tutkunlarıyla buluşturmuştur. Proje, farklı birçok tasarımın Akmerkez içerisindeki bir pop-up mağazada tek çatı altında toplanması, sabit bir adresi olmayan tasarımcıların da takipçileriyle buluşmaları için ortam sağlamasıyla fark yaratmıştır. Genç tasarımcılara herhangi bir kira bedeli alınmadan pop-up mağaza ortamı sağlanmış, projenin mimari masrafları ve tüm iletişim çalışmaları Akmerkez tarafından sağlanmıştır. Proje sayesinde, genç tasarımcıların yeni projelerine aktarabilecekleri gelir sağlamalarına ve kendi takipçilerinin oluşabileceği bir platformun oluşumuna olanak verilmiştir. İlk kez 70'e yakın ve farklı kategorilerden tasarımcının pop-up konseptiyle bir alışveriş merkezinde bir araya gelmesi, projenin farklı formatlarda sürekliliğinin sağlanması, dünyadaki trendlerin Türkiye'de yansıma bulan bir örneği ve deneyimsel bir uygulama olması projenin ayırt edici özelliklerindendir. Proje dönemsel olarak yenilerek devam etmektedir.





Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Mini Star Çocuk Şenliği
:Med Partners Reklam ve Halkla İlişkiler
:Med Partners Reklam ve Halkla İlişkiler
:22-11-2009 - 22-11-2009
:Müge Akay

Mini Star Çocuk Şenliği, 2008 yılından beri geleneksel olarak gerçekleşen çok renkli ve sosyal sorumluluk anlayışıyla taşıyan bir proje. Organizasyonda 2-7 yaş arası çocuklar, profesyonel ve ünlü jüri üyelerinin karşısında performanslarını sergiliyorlar. 2009 yılında gerçekleşen organizasyonda, yetenek yarışmasına ek olarak, gün boyunca sponsor firmaların katılımıyla anne ve çocuk sağlığı semineri, yüz boyama, muffin atölyesi, oyun ve örgü atölyesi, bez bebek atölyesi, oyun hamuru workshopu, ritim ve müzik atölyesi gibi etkinlikler de yer aldı. Çocukların performanslarını değerlendiren jüride Tan Sağtürk, Yonca Evcimik, Tolga Han, İnci Türkay, Neşe Erberk, Figen Atalay, Gizem Akin, Hakan Hatipoğlu, Nora Romi gibi ünlü isimler bulundu. 2009 Mini Star Çocuk Şenliği'ni Oyuncu Kaya Akkaya sundu. Şenlikte ayrıca tüm katılımcıların çocuklarının katılabildikleri bir emekleme yarışması da gerçekleşti. Yarışmacılar dahil tüm davetliler sponsor firmalardan hediyeler aldı. Organizasyonda toplanan gelirden Küçükbakkalköy Eğitilebilir Engelli Çocuklar İş Okulu ve Bolluca Çocuk Köyü'ne bağış yapıldı. www.mini-star.org

10.



Hotpoint
ARISTON

MPR
Pazarlama Halkla İlişkiler

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Coşkun Aral Annemin Yemekleri
:Indesit
:MPR Pazarlama Halkla İlişkiler
:29-09-2009 - Devam Ediyor.
:Gülizar Şit

Hotpoint-Ariston'un ürettiği Open Space fırını tanıtım faaliyetleri kapsamında 2010 yılında sponsorluk ve etkinlik çalışmaları başlatıldı. Savaş fotoğrafçısı, belgeselci, gezgin ve yazar Coşkun Aral'ın anneler gününde annesine armağan etmek amacıyla hazırladığı, Aral'ın annesi Nilüfer Aral'a ait 37 çeşit yöresel Anadolu yemek tarifleri, Hotpoint-Ariston'un katkılarıyla "Annemin Yemekleri" adı altında kitap haline getirildi. Kitabın lansmanı, gurmelere ve yemek yazarlarına yapıldı. Kitabın basından ve kamudan yoğun ilgi görmesi üzerine Hotpoint Ariston'nun desteği ile kitabın basılmasına karar verildi. Editörlüğünü ve fotoğraf çekimlerinden bazılarını ünlü Coşkun Aral'ın eşi Müge Aral'ın gerçekleştirdiği yemek kitabı, Nisan 2010 ayı itibarıyla tüm Türkiye'de satışa çıktı. Kitabın satışından elde edilen tüm gelir Türk Eğitim Vakfı'na bağışlandı. Bu çerçevede kitabın kamuoyuna tanıtılması amacıyla 2010 Mayıs ayında, Coşkun Aral'ın katılımıyla Antakya'da bir basın gezisi düzenlendi. Coşkun Aral, düzenlenen basın gezisinde kitapta yer alan yemek tariflerini Hotpoint-Ariston Open Space fırınında uyguladı. Kitabın kamuya tanıtılması için Eskişehir, Gaziantep ve Trabzon'da imza günleri düzenlendi. Kitap satışları devam ediyor.

NOT 2: Projenin net başlama tarihi proje sunumunda paylaşılabacaktır.

10.





Projenin Adı	:Future Agenda
Başvuran Kuruluş	:Vodafone Telekomünikasyon A.Ş
Halkla İlişkiler Ajansı	:RedUnit
Projenin Dönemi	:16-12-2009 - 16-12-2010
Proje Yetkilisi	:Burçak Sönmez
Proje Özeti	

Vodafone Grubu'nun desteğiyle geleceğe ışık tutmak amacıyla hayata geçirilen, önümüzdeki on yıl içerisinde dünyada karşımıza çıkacak sorunları ele alarak fikir önderlerini bir araya getiren bağımsız Future Agenda Programı'nın en somut çıktısı "Future Agenda: 2020 Yılında Dünya" kitabının dünya lansmanı için İstanbul seçildi. Dünyadaki güç dengelerinin doğruya doğru kaydığı günümüzde, Türkiye'nin her geçen gün artan önemi ve Future Agenda Programı'nın dünyadaki ilk yerel uygulayıcısı olması lokasyon seçiminde stratejik bir karar oldu. Teması "gelecek" olarak belirlenen etkinliğin, gelecek ile geçmiş arasında kontrast oluşturacak bir mekanda yapılmasına karar verildi. 1914-1983 yılları arasında İstanbul'a elektrik sağlayan, 2004 yılında müze haline getirilen Santral İstanbul Enerji Müzesi lansman mekanı olarak seçildi. Geçmişin ışığını geleceğin teknolojisiyle birleştirmeyi amaçlayarak, Enerji Müzesi'nin tarihi dokusu bozulmadan futuristik bir ortam yaratıldı. Lazer, ışık oyunları, müzik efektleriyle yapılan şov ve mobil uygulamalar kullanılarak geçmişle geleceğin kontrastı ön plana çıkarıldı. Dünyada alanlarında önemli fikir lideri olan Future Agenda programı katılımcılarının konuşmacı olarak yer aldığı lansmana, iş dünyasının ve sivil toplumun önde gelen fikir liderleri, çok sayıda yerli ve yabancı basın mensubu katıldı. Future Agenda programından esinlenerek inovatif fikir ve tasarımlar üreten İngiltere'nin en önemli sanat okullarından RCA lansmanda çalışmalarını sergiledi.

10.





Projenin Adı	:14 Nisan Novartis Bilim Günü
Başvuran Kuruluş	:Novartis Sağlık, Gıda ve Tarım Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı	:MESE İletişim Hizmetleri Danışmanlığı ve Tic. A.Ş.
Projenin Dönemi	:01-04-2010 - 14-04-2010
Proje Yetkilisi	:Mehmet Ateş
Proje Özeti	

Novartis ilaç firması tarafından bilimsel araştırmaları teşvik etmek ve artırmak amacıyla 1986 yılından beri verilen Novartis Bilim Ödülleri bu yıl ilk kez Novartis Bilim Günü konseptiyle dağıtıldı. Türkiye'nin önde gelen bilim adamları ve sağlık otoritelerinin bir araya geldiği bu özel gün bilim ve inovasyona dikkat çekmek amacıyla "Dünyanın En Akıllı Kadını" olarak tanınan NASA İleri Araştırmalar Enstitüsü'nde görev yapmakta olan, Arizona Üniversitesi profesörlerinden dünyaca ünlü bilim kadını Prof. Dr. Feryal Özel'in katılımıyla "Novartis Yeni Çağı Karşılıyor" konseptiyle Ankara Sheraton Otel'de gerçekleşti. Etkinlik öncesi ve sonrasında Prof. Dr. Feryal Özel ve Novartis Türkiye Ülke Başkanı ve İlaç Sektörü Genel Müdürü Güldem Berkman basından büyük ilgi gördü. Farmakoloji Proje Destek, Farmasötik Teknoloji Proje Destek ve Novartis Bilim Onur Ödülü olmak üzere üç kategoride ödül dağıtılan gecede Prof. Dr. Feryal Özel bir de sunum yaptı. Ünlü sanatçı Kenan İşık'ın sunuculuğuyla gerçekleşen ödül töreninin ardından geceye katılanlar için büyük bir yemek organizasyonu yapıldı. Şarkıcı ve oyuncu Hale Caneroğlu'nun sahne aldığı yemeğe Novartis çalışanları, bilim adamları, sağlık otoriteleri ve basın davet edildi.

10.





10.

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Hilton İstanbul 55. Yılı'nı Kutluyor
:Hilton İstanbul Oteli
:Effect Halkla İlişkiler
:01-06-2009 - 30-06-2010
:Burcu Yatmazoğlu

Türkiye'nin ilk beş yıldızlı uluslararası oteli Hilton İstanbul, 2010'da 55. Yılı'nı kutladı. Kutlamalar için tüm paydaşlara yönelik iletişimin hazırlıkları bir yıl öncesinden başladı. Sergi, özel web sitesi, özel anı kitabı, basın buluşmaları ve gala gecesinden oluşan beş bacaklı bir iletişim planı hazırlandı. Öncelikle "Bir İstanbul klasiği" haline gelen Hilton İstanbul'un 55 yılına dair anıların, fotoğrafların ve eşyaların toplandığı bir sergi hazırlandı. 1950'lerin misafir deneyimleri, otelin ilk zamanlarına ait orijinal fotoğraflar, çeşitli özel eşyaların sergilenebilmesi için birçok kişiyle görüşüldü. Sergiyle birlikte '55. Yıl Özel Anı Kitabı' hazırlandı. Kitaptaki görsel, bilgi ve anekdotlar, otele ait eski fotoğraflar, haber kupürleri, eski çalışanlar ve müdavimlerle yapılan görüşmeler ve Houston Üniversitesi arşivlerinden faydalanarak özenle derlendi. Projeye özel bir web sitesi hazırlandı. İçinde Hilton İstanbul görüntülerinin yer aldığı eski Türk filmleri de Facebook ve Twitter'da kullanıldı. Bu çalışmalar sürdürülürken turizm editörleriyle ve Hilton Worldwide Otelleri Dünya CEO'su Chris Nassetta'nın sözcü olduğu köşe yazarlarıyla buluşma gerçekleştirildi. Hazırda iş, sanat ve cemiyet hayatından ünlü isimlerin katıldığı bir gala gecesini düzenlendi. Davetliler Hilton İstanbul'un 55 görkemli yılını bir sunum eşliğinde izlediler. Galanın ardından, sergi davete açılarak tüm İstanbulluları ve misafirlerini, zamanda ve hatıralar arasında unutulmaz bir yolculuğa çıkardı.





Projenin Adı :Kanyon'da Caz Havası
Başvurulan Kategori :Etkinlik Yönetimi
Başvuran Kuruluş :Kanyon
Halkla İlişkiler Ajansı :Pro İletişim Danışmanlığı
Kurumun Adı :Pro İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi :18-10-2009 - 19-12-2010
Proje Yetkilisi :Felis Hananel
Proje Özeti

Ekim 2009'dan beri devam eden Kanyon'da Caz Hava'ları pazar günlerinin vazgeçilmez etkinlikleri arasında yer aldı. Her pazar 13.00 ile 15.00 arasında farklı performansların sergilendiği Caz Hava'larında dinleyiciler şaraplarını yudumlarken sevdikleri caz sanatçılarını dinleme fırsatı buldu.
Not: Proje bahar aylarında tekrar başlayacaktır.

10.



KURUMSAL SORUMLULUK

10.

altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ



AYGAZ

LOBBY
Uluslararası Halkla İlişkiler Tanıtım
Türkiye Organizasyonu Hizmetleri A.Ş.

Projenin Adı : "Yarın Hava Nasıl Olacak?"
İklim Değişikliği Projesi
Başvuran Kuruluş : Aygaz A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı : Lobby PR
Projenin Dönemi : 21-09-2010 - 17-12-2010
Proje Yetkilisi : Devrim Çubukçu

Proje Özeti

"Yarın hava nasıl olacak?" bir farkındalık yaratma kampanyası... Amacımız, iklim değişikliğine karşı çözüm yollarını kamuoyuyla beraber aramak... Bu yolları arayan taraflara katkıda bulunmak... Bu amaçla, Çevre ve Orman Bakanlığı ile çevre politikaları ve eğitimlerinde öncü uluslararası bir kuruluş olan Bölgesel Çevre Merkezi'yle (REC) işbirliği yapıyoruz.

Ülkemizde çevre ve iklim değişikliği üzerine farkındalık, dünya ve Avrupa ortalamalarının altında... Yeterince farkında olmadığımız bir sorunun çözümü için, topyekûn bir seferberlik yaratmanın güç olduğuna inanıyoruz. Bu nedenle, gelecek üç yılda "Yarın hava nasıl olacak?" sorusuyla, ülkemizin dört bir köşesine gidecek ve iklim değişikliği ile ilgili duyarlılığı arttırmak için çaba göstereceğiz. 2010 yılında 11 ilimizi ziyaret ettik. Her ilde bir hafta kaldık. Kent merkezinde büyük bir çadır kurduk, iki özel teknoloji, gezici bir planetarium ile "sihirli küre" olarak adlandırılan küresel simülasyon cihazı yardımıyla, eğitimlerin etkili ve akılda kalıcı olmasına çalıştık. Eğitimlerde öncelikli hedef kitlemiz, yakın geleceğin bilinçli tüketici adayları saydığımız lise ve üniversite öğrencileri oldu. Günde, her biri 90 dakikadan oluşan 5 seans vardı ve son seansı halka açtık. Sosyal paylaşım platformlarının yanı sıra, kampanyayı gazete, dergi, radyo ve televizyon iletişimi ile destekledik. "Yarın hava nasıl olacak?" projemizi ülkemizin diğer markalarına örnek olması umuduyla KS-çevre kategorisinde Altın Pusula'ya aday gösteriyor

10.



AKBANK

I M A G E
P U B L I C R E L A T I O N S

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Akbank-Karbon Saydamlık Projesi
:Akbank
:Image Halkla İlişkiler
:11-01-2010 - 01-01-0000
:Banu Harputlu

Faaliyetlerinin fiziksel çevre üzerindeki etkisini en aza indirebilmek amacıyla çalışmalar yürüten Akbank, 2010 yılı itibariyle Sabancı Üniversitesi işbirliği ile dünyanın en kapsamlı ve prestijli çevre projelerinden biri olarak kabul edilen Karbon Saydamlık Projesi'ne (Carbon Disclosure Project-CDP) destek oldu. Karbon Saydamlık Projesi, şirketlerin sera gazı emisyonları ve iklim değişikliği ile ilgili politikalarını açıklamaya davet eden, bu bilgiler ile sektörler bazında karşılaştırmalar yapan, kar amacı gütmeyen bir kuruluştur. Dünyada yaklaşık 60 ülkede 2500 kurum ve kuruluş, CDP aracılığıyla sera gazı emisyonlarını ve iklim değişikliği ile ilgili stratejilerini ölçerek kamuya açıklamaktadır. Bu alandaki politikalarını doğru bir platformda açıklama şansını kullanabilen şirketler, uluslararası kurumsal yatırımcıların radarına girme şansı bulmaktadır. İlk yıl katılım oranının %20 olarak gerçekleştiği projenin raporunda, İMKB-50 endeksine dâhil olan 10 şirket ve gönüllü raporlama yapan 1 şirket olmak üzere toplam 11 şirket yer aldı. 2010 yılı CDP Türkiye'nin ilk yılı olmasına rağmen, katılım oranı diğer gelişmekte olan ülkelere göre oldukça yüksek oldu. Bu sene projeye katılmayan bazı şirketlerin 2011'de CDP'ye rapor verme taahhüdünde bulunması da projenin bir diğer başarısı olarak görüldü. Dünyadaki iklim değişikliği ile ilgili tek küresel raporlama sistemi olan CDP'ye dahil olan Akbank, 2010 Global 500 raporuna da ülkemizden giren ilk ve tek kurum oldu.

10.



SIEMENS

Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide

10.

altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ

Projenin Adı

:Yedi Renkli Göle Yedi Renkli Hayat
(7RG7RH)

Başvuran Kuruluş

:Siemens Ev Aletleri

Halkla İlişkiler Ajansı

:Capitol Ogilvy Halkla İlişkiler

Projenin Dönemi

:01-11-2008 - 01-03-2011

Proje Yetkilisi

:Demet Kaptanoğlu

Proje Özeti

Siemens Ev Aletleri, doğal kaynakları minimum seviyede kullanan ürünleri ile olduğu kadar, sosyal sorumluluk projeleri ile de doğanın sürdürülebilirliğine destek veriyor. Kuruluşun, kirlilik ve su seviyesindeki düşüş nedeniyle sahip olduğu doğal zenginliği her geçen gün kaybeden Eğirdir Gölü'nde, WWF-Türkiye ile hayata geçirdiği "Yedi Renkli Göle Yedi Renkli Hayat (7RG7RH)" projesi de çevre koruma alanında başarılı bir örnek. 7RG7RH projesi ile hem doğal sit alanı, hem önemli kuş alanı ve hem de içme- kullanma suyu koruma sahası olan Eğirdir Gölü'ndeki kirliliğin ve su seviyesindeki düşüşün önlenmesine önemli bir katkı sağlandı. Projede kirlilik tespiti, balıkçılık araştırması, yöre halkının çevre bilinci kazanması için eğitimler, eko-turizmi destekleyici çalışmalar gerçekleştirildi. Yaşanan kirlenmeye dair somut verilerin yer aldığı Eğirdir Gölü Kirlilik Raporu yayımlandı. Eğitim faaliyetleri ve yöre halkının bilinçlendirilmesine yönelik etkinliklerle, projede elde edilen kazanımların sürdürülebilir olması sağlandı. Projenin en ses getiren etkinliği ise www.sensizrekorolmaz.com sitesinde Eğirdir Gölü için kırılan dünya rekoru oldu. Siemens Ev Aletleri göldeki kirlenmeye dikkat çekmek için Türkiye'de bir ilki gerçekleştirdi. Web sitesini 20 günden kısa bir süre içinde ziyaret eden yaklaşık 100 bin kişi, internette yayınlanan en büyük ve en çok etiketli fotoğrafı oluşturarak dünya rekoru kırdı. Rekor, bu alanda, Guinness rekorlar tarihinde de bir ilk olma özelliği taşıyor.



Coca-Cola

Cappy

caretta
Communication & Consultancy

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı

:Çocukların Meyve Bahçeleri
:Coca-Cola Türkiye / Cappy
:Caretta İletişim ve Danışmanlık Ltd. Şti.
YADA

Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:01-09-2009 - 30-06-2011
:Dilge Berktaş

Cappy, Milli Eğitim Bakanlığı ve Ankara Üniversitesi Kalkınma Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi (AKÇAM) işbirliği ile gerçekleştirilen "Çocukların Meyve Bahçeleri" Projesi, ilköğretim okullarındaki uygun alanları meyve bahçelerine dönüştürerek öğrencilerin meyve fidanı dikim ve bakım süreçlerine dahil olmalarını, meyve gelişimini gözlemleyerek ağaç yetiştirme deneyimi kazanmalarını amaçlıyor. Çocuklar, gündelik yaşamlarında en uzun zamanı geçirdikleri okullarında dalından meyve yiyecekleri ağaçlarını bire bir temas ederek yetiştiriyor.

2009 yılında İstanbul ve İzmir'de toplam 7 ilköğretim okulunda pilot uygulama ile başlayan proje öğrenciler, aileleri, öğretmenler ve okul yöneticileri olmak üzere 1500 kişiye ulaştı. 2010 yılında ise Türkiye çapında 7 ilde 70 okula yayıldı. Ankara, İstanbul, İzmir, Bursa, Adana, Antalya ve Gaziantep'teki ilköğretim okullarında meyve bahçeleri kuruldu ve 2800 öğrencinin bu deneyimi yaşaması sağlandı. Okullarda meyve bahçelerinin bakımını ve takibini yapacak öğrencilerden oluşan 70 Meyve Bahçesi Kulübü kuruldu, eğitimler verildi. Öğrenciler fidanların dikimini okullarda dikim şenliği ile gerçekleştirdiler. Öğrenciler, öğretmenler, okul yönetimi, velilerin yanı sıra şehrin üst düzey kamu yetkilileri ve yerel basın mensuplarının katıldığı açılış törenleri yapıldı. Proje ulusal reklam kampanyasıyla tüm Türkiye'ye duyuruldu. Bugüne kadar 22 bin m2'lik alana, 3 bine yakın meyve fidanı dikilerek 70 meyve bahçesi oluşturuldu.



10.

BOSCH

Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Yeşil Kutu Çevre Eğitimi Projesi
:Bosch Ev Aletleri
:Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide
:19-01-2011 - 19-01-2011
:Ayça Gürkol

Anadolu topraklarında “yeşile” değer verme bilincinin tohumları atılıyor. Bosch’un bu kapsamdaki projelerinden biri; Yeşil Kutu. Bağımsız, tarafsız ve kar amacı gütmeyen uluslararası bir kuruluş olan Bölgesel Çevre Merkezi (REC) tarafından geliştirilen, Türkiye’de Milli Eğitim Bakanlığı ile Çevre ve Orman Bakanlığı’nın işbirliğinde ve 2008 yılından bu yana Bosch’un desteğiyle hayata geçirilen en kapsamlı çevre eğitimi projelerinden biri. Sürdürülebilir kalkınma ve çevre eğitiminin geliştirilmesini amaçlayan proje kapsamında gelecek nesillere çevre bilinci aşılamak için Türkiye il il dolaşılıyor. İlgi çekici içeriği sayesinde öğrencileri bilgi deposuna dönüştürmek yerine, temel değer ve davranışlarının gelişmesini sağlayacak biçimde tasarlan Yeşil Kutu eğitim setleri, 2 yıldır yüzde 100 geri dönüşümlü kağıda basılarak öğretmenlere ulaştırılıyordu. Daha yeşil hedefler için 2010 itibarıyla, yaygınlaştırma çalışmaları www.yesilkutu.net adresi üzerinden de yapılmaya devam ediyor. 2011’de binlerce öğretmen ve yüz binlerce öğrenciye daha ulaşılması hedefleniyor.

10.



BOSCH

Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin
Proje Özeti

:Bosch Çevre Çocuk Tiyatrosu
:Bosch Ev Aletleri
:Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide
:Ayça Gürkol

Tiyatro aracılığıyla 24 bini aşkın çocuğa doğa sevgisi: Bosch Ev Aletleri'nin, tiyatronun evrensel dilini kullanarak, çevre konusunda bilinçli bireyler yaratılmasına katkıda bulunmak hedefiyle 2008 yılında hayata geçirdiği bir diğer çevre ve eğitim odaklı proje ise Bosch Çevre Çocuk Tiyatrosu. Bu projedeki temel amaç, tiyatronun eğlendirirken öğreten gücü aracılığıyla ve "ağaç yaşken eğilir" felsefesinden hareketle, çocuklara çevre, doğa ve hayvan sevgisi aşılamak. 2010 yılına kadar Türkiye genelinde 14 binin üzerinde çocuğa, "Çevreci Nasreddin Hoca Kukla Oyunu" ile ulaşıldı. Tiyatro, 2010 yılını Sadri Alışık Kültür Merkezi işbirliğiyle hazırladığı yeni bir oyunla karşıladı. Çocuk edebiyatının en önemli yazarlarından olan Polonya Gülümseme Nişanı sahibi Yalvaç Ural'ın kaleme aldığı "La Fonten Orman Mahkemesinde" oyunu ile çocuklara çevre koruma bilinci, doğa ve hayvan sevgisi aşılamak amaçlanıyor. Haziran 2010 itibarıyla, proje kapsamında toplam 24 binin üzerinde çocuğa çevre koruma bilinci aşılandı.

10.

 **altınpusula** 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ





TEB

BNP PARIBAS ORTAKLIĞI

Projenin Adı :Güneş Enerjisi ile Çalışan ATM
Başvuran Kuruluş :Türk Ekonomi Bankası A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı :-
Projenin Dönemi :25-01-2011 - 25-01-2011
Proje Yetkilisi :Murat Tacer

Proje Özeti

Banka şube ve ATM'lerinin yoğun olmadığı bölgelerde ve turizm noktalarında faaliyet gösteren "TEB Mobil ATM" 15 Haziran 2010 tarihi itibari ile enerjisinin tamamını, güneş enerjisi panellerinden elde etmeye başlamıştır.

Güneş enerji panelleri sayesinde "TEB Mobil ATM" jeneratörle çevreye saldıgı karbon miktarını da ortadan kaldırmıştır.

10.





TEB

BNP PARIBAS ORTAKLIĞI

Projenin Adı

:Enerji Verimliliği, Yenilenebilir
Enerji Sosyal Sorumluluk Projesi

Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı

:TEB - Türk Ekonomi Bankası

Projenin Dönemi

:23-09-2010 - 25-01-2011

Proje Yetkilisi

:Kaan Onat

Proje Özeti

Çevre için en önemli konuların başında enerji tüketimi gelmektedir. Buradan yola çıkarak Türkiye’de Enerji verimliliği, Yenilenebilir Enerji, Enerji Tasarrufu ve karbon salınımına dikkat çekmek ve firmaların bu konuya yatırım yapmalarını teşvik etmek amacıyla AFD (Fransız Kalkınma Ajansı) ile enerji kredisi ürününü hayata geçirilmiştir.

AFD ile yapılan anlaşma ile 50 milyon Euro tutarında düşük maliyetli bir finansman sağlanmıştır.

Bu kaynağı da, KOBİ’ler, Kurumsal Firmalar, Belediyeler ve Belediye iştiraklerinin enerji verimliliği, yenilenebilir enerji ve enerji tasarrufu yaratan projelerini finanse etmek için kullanılmaktadır.

Böylece firmaların yüksek finansman maliyeti nedeniyle askıya aldıkları veya yapmaktan vazgeçtikleri bu projeleri hayata geçirmeleri sağlanmaktadır.

Bu ürün ile müşterilerimize 2 önemli konuda avantaj sunmaktayız. Müşterilerimize yatırımlarını çok uygun maliyetler ve vadelerle finanse etme imkânı sunarken, yapacakları yatırımın efektif olup olmadığı, konusunda da danışmanlık veriyoruz. Bu kapsamındaki projeler, enerji verimliliği danışmanı firmamız tarafından incelenmektedir. Projenin firma ve çevre için verimli olup olmadığı raporlanmaktadır. Böylece firmalar projelerinin verimli olup olmadığını, projeye başlamadan görmekte ve doğru projeye yatırım yapmaktadır.

Eğer proje verimli değil ise danışman firmanın önerileri doğrultusunda değişiklikler yapılmakta ve proje verimli hale gelmektedir. Proje halen devam etmektedir.

10.





EXCEL İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş

:Yeşile Hayat Hayata Yeşil
:Aras Kargo Yurtiçi ve Yurtdışı
Taşımacılık A.Ş.

Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi

:Excel İletişim Danışmanlığı
:01-10-2007 - 01-10-2012
:Gülkız Çakmaktaş

Proje Özeti

Aras Kargo, küresel ısınmaya karşı mücadele etmek amacıyla 2007'de Çekül Vakfı ile birlikte "Yeşile Hayat, Hayata Yeşil" kampanyasını başlattı. Ekim 2007'den bu yana Sivas Divriği, Kars Selim, Elazığ Sivrice ve İzmir Seferihisar'da toplam 133 bin ağaç dikimi gerçekleştirildi. Proje giderek daha fazla zarar gören ve azalan ormanlara, ihtiyaç olan her noktada yeniden hayat vermek yolunda önemli bir kilometre taşı olmayı amaçlıyor. "Yeşile Hayat, Hayata Yeşil" kampanyasının ilk adımı Sivas Divriği'nde 10 hektarlık bir alanda 7 bin ardıc ağacı dikilerek atıldı. 18 Mayıs 2008'de Aras Holding'in kurucusu Celal Aras'ın anısını yaşatmak amacıyla Kars'ın Selim ilçesinde 50 hektarlık alana sarıçam ve huş olmak üzere 100 bin ağaç dikilerek "Celal Aras Hatıra Ormanı" oluşturuldu. Ağaç dikimi öncesi, ilçenin çöplerinin birikerek bir çöp dağı oluşturduğu 20 bin m2'lik bir alan temizlenerek orman alanına dahil edildi, böylece hem çevre, hem de yöre halkının sağlığı açısından büyük bir tehlike yaratan bu çöplük ortadan kaldırılmış oldu. 18 Mayıs 2009'da "Yeşile Hayat, Hayata Yeşil" kampanyasının üçüncü durağı Elazığ'ın Sivrice ilçesi oldu. Aras Kargo, Çekül Vakfı işbirliği ile Sivrice'de yaklaşık 15 hektarlık alana 14 bin ardıc ve sedir ağacı dikildi. Kampanyanın son durağı İzmir'in Seferihisar ilçesi oldu. 2009'da büyük bir yangın felaketine uğrayan 700 hektarlık alana 12 bin fıstık çamı, kara servi, mavi servi, mantar menekşesi, palamut meşesi ve yalancı akasya dikildi.

10.





Projenin Adı :Sudaki Ayak İzim
Başvuran Kuruluş :Unilever /OMO
Halkla İlişkiler Ajansı :Ünite İletişim
Projenin Dönemi :01-05-2009 - 07-02-2011
Proje Yetkilisi :Mirella Kasuto
Proje Özeti

Dünya ortalamasının üzerindeki su tüketimiyle 2030'da su fakiri ülke statüsünde olacağı öngörülen Türkiye'ye daha yaşanabilir bir gelecek sunarak, toplumda suyun doğru kullanımına yönelik farkındalık yaratmayı hedefleyen Sudaki Ayak İzim Projesi OMO ve WWF-Türkiye ortaklığında Mayıs 2009'da hayata geçirildi. OMO'nun çevresel etkilerini azaltma hedefiyle sürdürdüğü Daha Temiz Dünya Planı çerçevesinde başlattığı proje, su tüketimi konusunda bireysel farkındalık yaratmayı hedefleyen, herkesi su tasarrufu yapmaya davet eden bir 360°'5f iletişim kampanyası.

OMO, kampanyayla "kötü" çamaşır yıkama alışkanlıklarının (ön yıkama, makineyi tam doldurmama, yüksek derecede yıkama vb.) doğada bıraktığı sudaki ayak izini ve bunun uzun vadede çevreye negatif etkisini "Bunu Durdurabilirsin" söylemiyle anlattı. OMO-WWF ortaklığında hazırlanan kampanya sitesi www.sudakiayakizim.com'da herhangi bir ürünün üretiminden tüketimine kadar harcanan su miktarlarını gösteren veriler sunuldu; bireyler sudaki ayak izlerini azaltmaya teşvik edildi. Sitede ayrıca, bireylerin günlük alışkanlıklarının doğaya etkisi konusunda da bilgilendirme yapıldı. Bugüne kadar 69 binden fazla kişinin ziyaret ettiği sitede yayınlanan test ile bireyler sudaki ayak izlerini ölçerek, doğaya etkilerini rakamsal olarak gördü ve sitedeki pratik önerilerden faydalandı. Projenin uzun vadedeki hedefi, insanların su tüketimine daha bilinçli yaklaşmalarını sağlayarak gelecek nesiller için su kaynaklarının korunmasına destek vermek.



10.



ZARAKOL
İLETİŞİM HİZMETLERİ

Projenin Adı : Küresel Isınma Kurultayı
Başvuran Kuruluş : Ekonomi Gazetecileri Derneği
Ve Tesco Kipa
Halkla İlişkiler Ajansı : Zarakol Halkla İlişkiler A.Ş.
Projenin Dönemi : 01-01-2010 - 26-01-2011
Proje Yetkilisi : Celal Toprak - Asude Şengül
Proje Özeti

Yaşadığımız dünya her geçen gün kirlenme gerçeğiyle karşı karşıya kalıyor. Daha da önemlisi; gerekli önlemler alınmazsa bu durum, gelecek kuşakların yaşam hakkını elinden alacak bir sürece doğru ilerliyor. Bunun emaresini iklim değişiklikleri, sebepsiz sel felaketleri, buzulların erimesi gibi birçok olayla görüyoruz.

İklim değişikliği ve çevre olgusu, sadece ekolojik olaylardan ibaret olmayıp ekonomi, enerji yatırımları, sosyal hayat ve hukuki kapsamı da olan, bütüncül bir yaşam boyutunda ele alınması ve düşünülmesi gerekli bir konu olarak karşımıza çıkıyor. Bu durum gerek birey, gerek kurumlar olarak herkesi sorumluluk altına sokuyor.

Ekonomi Gazetecileri Derneği ve Türkiye'nin çevre konusunda lider perakende kuruluşu Tesco Kipa, bu hedef ve sorumluluk içerisinde kamu kuruluşları, özel sektör ve medyada bu konuda farkındalık yaratmak ve eyleme geçilmesini sağlamak üzere "Kamunun Küresel Isınma Konusundaki Yaklaşımı - Geleceğine Sahip Çık" ana temasıyla 16 Haziran 2010'da Ankara'da "Küresel Isınma Kurultayı"nı gerçekleştirmiştir.

10.



P&G

medyaevi

10.

Projenin Adı	:Hayalden Gerçeğe
Başvuran Kuruluş	:Procter&Gamble (P&G)
Halkla İlişkiler Ajansı	:Medyaevi İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi	:01-12-2009 - 31-12-2010
Proje Yetkilisi	:Bilgehan Uyar/ Selin Güler
Proje Özeti	

Darüşşafaka Cemiyeti iş birliği ile hayata geçirilen “Hayalden Gerçeğe” Projesi ile çocukların hayallerini keşfetmesi ve projelerle hayata taşınması hedefleniyor. Öğrencilerin liderlik yeteneklerinin gelişmesi ve projeler geliştirmesi için eğitimler, sosyal programlar ve aktiviteler gerçekleştiriliyor. Darüşşafaka öğrencileri öncülüğünde geliştirilen ve Türkiye’nin farklı bölgelerinden öğrencilerin katılımının desteklendiği projelerin odağı; bilim, kültür ve sanat. Projenin ilk aşamasında Bölgesel Çevre Merkezi, gönüllü öğrencilere sivil toplum bilinci ve proje geliştirme eğitimleri verirken; ikinci aşamasında Prof. Dr. Ali Baykal’ın desteğiyle çocukların hayalleri, gerçekleştirme eğilimlerini anlamak üzere araştırma gerçekleştirildi. Proje kapsamında gerçekleşen ilk hayal, Darüşşafaka Eğitim Kurumları’nın Maslak’taki kampüsünde kurulan “Hayalden Gerçeğe Fatin Gökmen Planetaryumu” oldu. Planetaryum, ücretsiz olarak Türkiye’nin ve dünyanın dört bir yanından gelen öğrencileri ağırlıyor. Görerek keşfetmek ve gördüklerini herkes ile paylaşmak... Kültür ve sanatı buluşturan bu hayal projenin ikinci programına hayat verdi. Öğrencilerin hayallerini fotoğraflarla öykülemelerine, Türkiye’nin değerlerine sahip çıkmalarına destek verilen programda Safranbolu, Mardin, Hasankeyf, İstanbul çocuklar gözünden fotoğraflandı. Darüşşafaka öğrencileri profesyonel bir ekipten aldıkları özel sinema eğitimleri ile çekecekleri filmlerde büyüklerle çocukların gözünden yaşayan senaryolar sunacaklar.





Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Eğitimde Teknoloji Kullanımı Proje Yarışması
:Intel Mediterranean Trading Co.
:Caretta İletişim ve Danışmanlık Ltd. Şti.
:02-03-2009 - 23-11-2009
:Banu Akarsu

Türkiye'de M.E.B. işbirliği ile 2004'den bu yana yürütülen Intel Öğretmen Programı, bilişim teknolojisi araçlarının eğitim öğretim faaliyetlerinde daha etkin ve verimli bir şekilde kullanılabilmesi, öğretmenlerimize öğretim sürecini tasarlarken teknolojiden nasıl faydalanabileceklerini göstermeyi ve de sonunda öğrencilerimize bilgi çağında başarılı olmaları için gerekli becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır.

Söz konusu programın uygulanmasındaki ivmeyi arttırmak, verilen eğitimlerin daha geniş bir öğrenci kitlesine ulaşmasını sağlamak, öğretmen ve öğrencilerin özgün uygulamalarının paylaşılmasını sağlamak, iyi örneklerin oluşmasına katkıda bulunan müdürlerimizin, öğretmenlerimizin, öğrencilerimizin ödüllendirilerek bu tür örneklerin arttırılmasına katkıda bulunmak amacıyla, ülke genelinde program kapsamındaki eğitimlerini tamamlamış öğretmenlerimiz arasında "Eğitimde Teknoloji Kullanımı Proje Yarışması" düzenlenmiştir. Intel Öğretmen Projesi kapsamında düzenlenen Eğitimde Teknoloji Kullanımı Proje Yarışması ilk defa 2009 yılında gerçekleşti. Eğitimde teknoloji kullanımının teşvik edilmesini ve yaygınlaşmasını sağlamak amacıyla düzenlenen bu yarışmaya 55 ilden 447 proje katıldı. İlk aşamada on ayrı proje seçildi ve bu proje sahibi okulların müdür öğretmen ve öğrencileri Ankara'ya davet edildi. Milli Eğitim Bakanı Nimet Çubukçu'nun da katılımı ile gerçekleşen törenle ilk üç projenin öğretmen müdür ve öğrencilerine ödülleri dağıtıldı.



10.



Projenin Adı :81 İlden 81 Öğrenci
Başvuran Kuruluş :Türkiye İş Bankası
Halkla İlişkiler Ajansı :MPR Halkla İlişkiler
Projenin Dönemi :08-09-2008 - Devam Ediyor
Proje Yetkilisi :Zuhal Üreten

Proje Özeti

Toplumsal gelişme ve ilerlemenin kalıcılığını sağlamak için geleceğe yatırım yapan ve bu çerçevede eğitime özel önem veren Türkiye İş Bankası, ülkenin eğitim alanında bugüne kadar gerçekleştirilen en uzun soluklu ve en büyük projelerinden biri olan "81 İlden 81 Öğrenci" projesine Darüşşafaka ortaklığında imza atmıştır.

Türkiye İş Bankası, öğrencilerine hem kaliteli eğitim, hem sosyal gelişim, hem de sıcak bir yuva ortamı sağlamayı hedefleyen ülkenin en köklü eğitim kurumlarından Darüşşafaka'nın her sene yaptığı sınavı kazanan 81 ilden 81 öğrencinin her türlü eğitim giderini karşılıyor. Ayrıca bu öğrencilerin Darüşşafaka sonrası üniversite yaşamlarında da desteklenmesi planlanıyor.

10.





Projenin Adı	:İlk Adım Projesi
Başvuran Kuruluş	:Türkiye Vodafone Vakfı
Halkla İlişkiler Ajansı	:RedUnit
Projenin Dönemi	:01-01-2007 - 18-01-2011
Proje Yetkilisi	:Tuğba Ünal

Proje Özeti

Türkiye Vodafone Vakfı (TVV), Anne Çocuk Eğitim Vakfı (AÇEV) ve Milli Eğitim Bakanlığı'nın Okul Öncesi Eğitimi Genel Müdürlüğü'nün işbirliği ile gerçekleştirilen "İlk Adım" Projesi, okul öncesi eğitime erişimin düşük olduğu illerde hayata eşit fırsatlarla başlayamayan çocuklara, kaliteli okul öncesi eğitim vermeyi amaçlamaktadır.

Proje illeri Ankara, Adana, Adıyaman, Afyon, Ağrı, Batman, Bursa, Çorum, Diyarbakır, Erzurum, Gaziantep Hakkâri, Iğdır, İstanbul, İzmir, K.Maraş, Kastamonu, Kayseri, Kars, Konya, Mardin, Ordu, Sivas, Ş.Urfa, Şırnak, Tokat, Tekirdağ, Van, Zonguldak olarak sıralanmaktadır.

Bu proje 2007 yılından beri AÇEV ve TVV'nin beraber yürüttüğü okul öncesi eğitim çalışmalarını, anne destek eğitimlerini ve sınıf donanımı çalışmalarını birleştirmekte ve yurt çapında tüm yıla yayarak sürdürülebilir olma özelliğini taşımaktadır. Ülkenin her yanından on binlerce çocuğa okula başlarken eşit fırsat sunmayı amaçlayan proje, Milli Eğitim Bakanlığı'nın okul öncesi eğitime 100% erişim hedefine destek olmayı hedeflemektedir. Proje ile kaliteli bir okul öncesi eğitimin; donanım, eğitim materyali, öğretmen ve aile eğitimi gibi gereklerinin yerine getirilmesi amaçlanmaktadır.

Gelişimlerinin en kritik olduğu okul öncesi döneminde her çocuğun okula gitme hakkı olduğundan yola çıkarak hazırlanan "İlk Adım" projesi, toplumun sağlıklı gelişimi için şart olan çocuklarımızın potansiyellerinin en üst noktasına ulaşabilme ve onlara hayata eşit başlayabilme hakkı sağlamayı hedefliyor.

10.





Projenin Adı :65 Bin Dev Öğrenci
Başvuran Kuruluş :Amasya İl Milli Eğitim Müdürlüğü
Halkla İlişkiler Ajansı :-
Projenin Dönemi :08-09-2009 - 06-09-2013
Proje Yetkilisi :Necati Akkurt

Proje Özeti

Amasya ilinde eğitim gören 65 Bin İlköğretim (okul öncesi eğitim dahil) ve Ortaöğretim öğrencisinin; Vali, Milli Eğitim Müdürü ve Öğretmenlerle proje arkadaşlığı konsepti içinde bizzat karar verici ve uygulayıcı olarak rol alacakları süreçler ve faaliyetler gerçekleştirmek suretiyle yaşamları boyunca "daha mutlu ve daha başarılı" olmalarını sağlayacak kazanımlar edinmelerine ve ilin her alanda daha ileri düzeylere çıkmasına katkı sağlamaktır

PROJENİN AMAÇLARI

- Öğrencilerin özgüven, özsaygı, sevgi, saygı, dostluk, paylaşım, üretim gücü, girişimcilik, karar verme, liderlik, vizyon, sosyal sorumluluk, dayanışma, sosyalleşme, proje arkadaşlığı, ekip çalışması v.b. duygu, düşünce ve kabiliyetlerini geliştirmek
- İlimizin başta eğitim, kültür, sanat, turizm, spor, çevre olmak üzere her alanda daha ileri düzeylere çıkmasını sağlamak
- İle 65 Bin Dev Öğrenci Okulları, spor tesisleri, kültür- sanat eserleri ve benzerlerini kazandırmak, inşa ettirmek

GERÇEKLEŞTİRİLEN BAZI FAALİYETLER

- 65 Bin Dev Öğrenci "Amasya'yı Tanıtıyor"adlı Web Tasarımı yarışmasının ödül töreni yapıldı.

<http://65bindevogrenci.org/>

- 27 Nisan 2010 tarihinde "Görmeden Gören Beyin" Eşref ARMAĞAN 65 Bin Dev Öğrenciyle söyleşi yaptı.
- Yazar Nüvide Gültunca TULGAR'ın Kendi Kutup Yıldızını Bul adlı kitaptan 10.000 adet bastırıldı
- Planetarium İnşaat ve Donanım Malzeme işi tamamlandı. 27 Kasım 2010 ayı içerisinde açılışı gerçekleştirilmiştir.

10.





ZARAKOL
İLETİŞİM HİZMETLERİ

Projenin Adı	:Tanker sürücülerine verilen yol güvenliği eğitimleri ve sağlık kontrolleri
Başvuran Kuruluş	:Shell & Turcas Petrol A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı	:Zarakol İletişim Hizmetleri
Projenin Dönemi	:01-01-2010 - 31-12-2010
Proje Yetkilisi	:Selin Şahin
Proje Özeti	Shell 2010 yılı boyunca, çatısı altındaki tanker sürücülerini sürüş emniyeti konusunda bilinçlendirdi. Shell, kurumsal kültürünün temel taşlarından biri olan İSEÇ kapsamında Türkiye kapsamında 950 tanker sürücüsüne çarpma ve devrilme simülasyonları kullanarak eğitim verdi. Tanker sürücülerini; 360 derece eksenli etrafında dönen devrilme simülasyonunu ve 10 km/s hızla kayabilen bir sürücü koltuğundan oluşan çarpma simülasyonunu deneyimleyerek aracın ters dönmesi esnasında emniyet kemeri takmanın ne kadar önemli olduğunu bizzat tecrübe ettiler. Eğitim ve simülasyon deneyimi sonrasında; Sağlık Bakanlığı tarafından onaylı, gezici sağlık ekiplerince tanker sürücülerinin detaylı sağlık taramaları da ücretsiz olarak yapıldı.

10.





Projenin Adı	:Bersay İletişim Grubu Sosyal Sorumluluk Projesi: Bersay İletişim Enstitüsü
Başvuran Kuruluş	:Bersay İletişim Grubu
Halkla İlişkiler Ajansı	:-
Projenin Dönemi	:15-08-2008 - 21-01-2011
Proje Yetkilisi	:Özlem Öcalan

Proje Özeti

Bersay İletişim Enstitüsü, 2008 Ağustos ayında 600 bin TL tutarında bir yatırımla kurulan ülkemizin ilk özel İletişim Enstitüsüdür. Bersay İletişim Grubu'nun sosyal sorumluluk projesi olarak iletişim dünyasının hizmete giren Enstitü; iletişim sektörünün çalışanlarına, iletişim sektöründen profesyonel destek alanlara, her alandan üst düzey yöneticilere, genç iletişimci adaylarına ve kişisel gelişim sağlamak isteyen farklı sektörlerden profesyonellere, iletişimi doğru okuyup anlama ve iletişim alanında daha yetkin olabilmelerinde, ihtiyaç duydukları sağlam bir dünya görüşünü ve düşünsel yenilenmeyi sağlamayı amaçlamaktadır. Enstitü, her geçen gün daha fazla hissedilen nitelikli işgücü ve yöneticilerin sektöre kazandırılması, profesyonel hayatın içinde olanların da ihtiyaç duydukları düşünsel yenilenmeyi sağlamalarında onlara gerekli ortam ve koşulları sağlamayı, misyonu olarak görmektedir. Bu misyona yönelik olarak çok değerli bilimadamları, iş adamları, ekonomistler, sanatçılar, sporcular, yöneticiler, iletişimciler, edebiyatçılar ve yapımcılardan oluşan konferansçılarıyla "İletişimde Mükemmellik Programı" ve yine iletişim dünyasının günlük pratiklerine sahip uzmanlarıyla "İletişimde Profesyonellik Programı" nı hayata geçirmiştir. Enstitü, yolu iletişimden geçen herkes için bir Dünya Görüşü Oluşturma ve İletişimde Mükemmellik Merkezi olmayı hedefemekte ve elde ettiği işletme kârını yüksek lisans ve doktora bursu olarak ülkemizdeki iletişim dünyasının hizmetine sunmaktadır.

10.





Projenin Adı	:YÖNVER (Yükseköğretim ve Rehberlik Projesi)
Başvurulan Kategori	:Kurumsal Sosyal Sorumluluk - Eğitim
Başvuran Kuruluş	:İstanbul Kültür Üniversitesi
Halkla İlişkiler Ajansı	:Bersay İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi	:26-01-2010 - 30-06-2011
Proje Yetkilisi	:Prof. Dr. Dursun Koçer
Proje Özeti	İstanbul Kültür Üniversitesi'nin İstanbul Milli Eğitim Müdürlüğü ile 2010'da imzaladığı protokolle başlatılan YÖNVER Projesi ile İstanbul'daki ortaöğretim kurumlarında görev yapan müdürlere, rehber öğretmenlere, öğrencilere ve velilere, yeni Öğrenci Seçme Yerleştirme Sistemi'nin tanıtılması ve mesleklerle üniversite tercihi konusunda güncel bilgiler edinmeleri hedeflenmiştir. İstanbul'da yüksek öğretim sınavlarında yerleştirilme başarısının artırılması da projenin bir diğer amacıdır. Projeyle 2010 yılında İstanbul'da ve yedi ilde ortaöğretim kurumlarında yeni sistem hakkında bilgilendirme seminerleri düzenlenmiştir. Aynı doğrultuda üniversite adaylarının sınav performanslarını değerlendirebilmeleri amacıyla "2010 LYS Öncesinde YGS-ÖSS Başarı Sırası Kıyaslama Çalışması" ve "2010 YGS'deki Başarı Sırası Dilimlerinde Adayların Lise Mezuniyet Alanlarının Dağılımları" kitapları yayımlanarak ilgili paydaşlara dağıtılmıştır. Yine YÖNVER kapsamında yürütülen İstanbul Lise Tomografisi 2010 araştırmasında ise, ÖSYM'nin İstanbul'daki ortaöğretim kurumlarından mezun öğrencilerin üniversitelere yerleşmesi konusunda projeye özel olarak paylaştığı veriler ışığında tüm ortaöğretim kurumlarının profili çıkartılmış ve www.lisetomografisi.net adresinde öğrenci, veli, eğitimci ve yöneticilerin kullanımına sunulmuştur. 114.871 öğrenciyi kapsayan araştırmanın diğer illere de yayılarak Türkiye'nin ortaöğretim kurumlarının eğitim kalitesinin artırılmasına katkıda bulunması hedeflenmektedir.



10.

İNOKSAN

Projenin Adı :E Tipi Mutfark
Başvuran Kuruluş :İnoksan A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı :-
Projenin Dönemi :28-09-2010 - 23-12-2010
Proje Yetkilisi :Oya Ataeli
Proje Özeti

Endüstriyel mutfak sektöründe faaliyet gösteren İnoksan topluma karşı duyarlı ve sorumluluğunun bilinciyle sosyal sorumluluklarına 2006 yılından bu yana Eğitim ve Uygulama Merkezi Akademi İnoksan'la çözüm getirmektedir. Akademi İnoksan'ın en son hazırladığı proje olan E Tipi Mutfark, Bursa E Tipi Kapalı Cezaevi'nde bulunan hükümlü mutfak personelinin tahliye sonrası topluma kazandırılmaları ve meslek edinmeleri için hazırlanan bir eğitimidir. Akademi İnoksan "Temel Mutfak Hizmetleri ve Aşçılık "alanında verilen bu eğitim de, Bursa Osmangazi Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi işbirliği yaparak Bursa E Tipi Kapalı Cezaevinde bulunan hükümlü mutfak personeline HACCP, yiyecek- içecek sektörü, pişirme teknikleri, dünya mutfakları, yemek grupları ve pişirme teknikleri, menü planlama ve tasarım, mutfak planı, mutfağın sahip olması gereken fiziksel özellikler, mutfak organizasyonun da dikkat edilecek noktalar, mutfakta güvenlik önlemlerini alarak çalışma becerisini kazanma, mutfakta hijyen, sanitasyon kuralların uyma, kurallara uygun depolama yapma, temel beslenme kuralları, beslenme kurallarını kavratmak, beslenme kurallarına uygun yemekler ve menü hazırlama becerisi kazandırma, yiyeceklerin servise hazırlanmaları, servis hizmetleri, büfe tanzimi yapabilme konularında teorik ve uygulamalı olarak eğitim vermiştir. Toplam 90 saat süren Temel Mutfak Hizmetleri ve Aşçılık eğitimi sonunda hükümlü mutfak personeline M.E.B.'dan onaylı sertifika verilmiştir.

10.





EXCEL İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI

Projenin Adı	:Celal Aras Anadolu Lisesi
Başvuran Kuruluş	:Aras Kargo Yurtiçi ve Yurtdışı Taşımacılık A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı	:Excel İletişim ve Danışmanlık
Projenin Dönemi	:29-03-2010 - 29-01-2011
Proje Yetkilisi	:Gülkız Çakmaktaş

Proje Özeti

Topluma katma değer sağlayacak sosyal sorumluluk çalışmalarıyla tanınan Aras Holding, eğitime katkı amacıyla gerçekleştirdiği projelerine bir yenisini daha ekledi. Aras Holding'in 2010 yılında temellerini attığı Celal Aras Anadolu Lisesi'nin resmi açılış töreni 29 Ocak 2011'de yapıldı. İnşaatı 10 ayda tamamlanan Celal Aras Anadolu Lisesi toplam 40 derslikten oluşuyor. 10.258 m²'5f kullanım alanı bulunan beş katlı lise binasının betonarme çerçeve sistemi yeni deprem yönetmeliğine uygun inşa edildi ve okulun tamamında TSE kalite standartlarına uygun malzemeler kullanıldı. Anadolu Lisesi statüsündeki okulda toplam 1.500 öğrenci öğrenim görecek. Birçok sosyal olanağı barındıran lisede öğrencilerin farklı disiplinlerde kendilerini geliştirmeleri için farklı imkânlar da bulunuyor Celal Aras Anadolu Lisesi'nde bir kütüphane, iki yabancı dil odası, bir konferans salonu, dört fizik ve kimya laboratuvarı, iki müzik odası, iki resim atölyesi ve iki bilgisayar laboratuvarı bulunuyor. Bunların yanı sıra öğrencilere kapalı alanda spor yapabilme fırsatı sunan, 700 m²'5f'den oluşan spor salonu bulunmaktadır.

10.





Projenin Adı
Başvuran Kuruluş

:Trafikte Sorumluluk Hareketi
:T.C. Ulaştırma Bakanlığı ile TÜVTURK Kuzey
Taşıt Muayene İstasyonları Yapım ve İşletim A.Ş.
:Su Sürdürülebilirlik Ekonomik Sosyal
Çevresel Yönetim Danışmanlığı Tic. Ltd. Şti.

Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:04-05-2010 - 31-12-2010
:Fadile Paksoy

Trafikte Sorumluluk Hareketi (TSH), T.C. Ulaştırma Bakanlığının koordinasyonunda, trafik alanında çalışma yapan kuruluşlarla iş birliğinde, TÜVTURK'ün desteğiyle, trafikte can güvenliğini artıracak önlemler almak ve toplumda farkındalık yaratarak, sorumluluk bilincini geliştirmek amacıyla hayata geçirilen bir kurumsal sosyal sorumluluk projesidir. Türkiye'nin en önemli sorunlarından biri olan trafik konusunda kalıcı ve sürdürülebilir çözümler üretebilmenin, konuyla ilgili paydaş kuruluşların katılımıyla mümkün olabileceği gerçeği temel alınarak yürütülen TSH, üç alt projeden oluşmaktadır: Güvenli Taşıt Hareketi (GTH), Sorumlu Vatandaş Hareketi (SVH) ve Can Dostları Hareketi (CDH). GTH kapsamında ticari araç şoförlerine, SVH kapsamında Halk Eğitimi Merkezleri öğretmenlerine ve kursiyerlerine, CDH kapsamında da ilköğretim okullarının 4 ve 5. sınıf öğretmenlerine, onların aracılığıyla öğrencilere ve velilere trafik güvenliği konusunda farklı eğitim programları ve etkinliklerle ulaşılmaktadır. TSH'nin tüm süreçlerinde ölçme-değerlendirme ve araştırma çalışmaları titizlikle yürütülmektedir. Proje öncesinde Türkiye genelinde Trafikte Sorumluluk ve Güvenli Taşıt Algısı Araştırması yapıldı ve hedef gruplara yönelik geliştirilen eğitim programlarının yöntem ve içerikleri bu araştırmanın sonuçları göz önünde bulundurularak yapılandırıldı. Tüm eğitim etkinlikleri hedef grup özellikleri ve proje hedefleri göz önüne alınarak geliştirilen ölçme değerlendirme araçlarıyla ölçümlendi.

10.



AYGAZ

LOBBY
Ulusal Halkla İlişkiler Tanıtım
Türkiye Organize Sektörü Hizmetleri A.Ş.

Projenin Adı :“Şeker Çocuklar” Projesi
Başvuran Kuruluş :Aygaz A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı :Lobby PR
Projenin Dönemi :01-06-2004 - 31-12-2010
Proje Yetkilisi :Devrim Çubukçu
Proje Özeti

Her gün yüz binlerce kişiye ürün ve hizmetlerini ulaştıran bir marka olarak, sosyal sorumluluk çalışmalarımızla geçmişe sahip çıkmaya ve geleceğe yatırım yapmaya çalışıyoruz. Hayatta eşit koşullarda rekabete ve sağlıklı bireylerin, sağlıklı toplumları oluşturduğuna inanıyoruz. Şeker Çocuklar projemizle, 8-18 yaş arası diyabetik çocukların diyabetle yaşamayı öğrenmesine ve ailelerin diyabet konusunda bilinçlenmesine yardımcı olmaya çalışıyoruz.

Ülkemizde 20 bine yakın diyabetik çocuk var ve pek azımız haberdarız. Aygaz olarak konuyla ilgili farkındalığın yükselmesi için çalışıyor, ayrıca Çocuk ve Adolesan Diyabetikler Derneği'nin 18 yıldır düzenlediği yaz kampına 2004 yılından bu yana destek veriyoruz. Diyabetik çocuklar, kamp sayesinde yalnız olmadıklarını hissediyor ve diyabetle mutlu yaşamının yollarını öğreniyorlar. Aygaz olarak çocuklarımıza, hedeflerine ulaşmaları için hiçbir engelin onları durdurmasına izin vermemeleri gerektiğini de anlatmaya çalışıyoruz. Rutin kamp eğitimlerinin yanı sıra, her yıl özel bir etkinliği kampa taşıyoruz. 2009 yılında Ralli Pilotu Roya Haydari Şeker Çocuklar'a hayatta yapılabileceklerin hayallerle sınırlı olduğunu göstermeye çalıştı. 2010 yazında ise Şeker Çocuklar, ünlü tiyatro oyuncularını Kadir ve Sevrin Uysal Kandemir'in yardımıyla tiyatrocular oldular ve Nazım Hikmet'in 'Kuvayi Milliye Destanı'nı sahnelerdiler. “Şeker Çocuklar”ı ülkemizin diğer markalarına örnek olması umuduyla KS-sağlık kategorisinde Altın Pusula'ya aday gösteriyoruz.

10.





Projenin Adı : İlk Yardıma İlk Adım
Başvuran Kuruluş : AstraZeneca Türkiye
Halkla İlişkiler Ajansı : GTC İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi : 17-12-2007 - 17-01-2011
Proje Yetkilisi : Banu Onur
Proje Özeti

AstraZeneca Türkiye, 2007 yılından bu yana ilköğretim seviyesindeki öğrencilerde erken yaşlarda ilk yardım bilinci ve farkındalığı oluşturmak üzere bir kurumsal sosyal sorumluluk projesine sponsorluk yapmaktadır. Sağlıklı bir toplumun olmazsa olmazları arasında yer alan ilk yardım bilinci, özellikle ilköğretim çağına edinilmesi çok daha kolay ve etkili etkinliklerden birini oluşturmaktadır. İlk yardım eğitiminin küçük yaşta başlayarak verilmesi, eğitim verilen kişilerde bir refleks oluşmasını sağlamaktadır. Buna paralel olarak, ilk yardım eğitimi alarak bu bilincine sahip olan çocukların, ileriki yaşlarda da ilk yardım konusuna daha sorumlu yaklaşıtları gözlenmektedir. Günümüzde çoğu kimse tarafından doğru olarak bilinmeyen ilk yardım konusu, okullarda küçük yaşta aktarılmasına karşın, herkese ulaşması gereken temel bir sorumluluktur. Bireylerin "İlk Yardım" bilinciyle çocuk yaşlarda tanışmasının, toplum sağlığı açısından hayati önem taşıdığı bir gerçektir. Bu bilgiden hareketle yola çıkan "İlk Yardıma İlk Adım" projesi, AstraZeneca Türkiye'nin sponsorluğunda, Milli Eğitim Bakanlığı, Sağlık İşleri Daire Başkanlığı'nın koordinasyonunda ve TOÇEV'in (Tüvana Okuma İstekli Çocuk Eğitim Vakfı) uygulamaları ile yürütülmektedir. Proje şimdiye kadar 56 ildeki 156 Yatılı İlköğretim Bölge Okullarında 32.000'den fazla öğrenciye ulaşmış bulunmaktadır. Projenin, 2010-2011 eğitim-öğretim yılı sonuna kadar ülke çapında 50.000'den fazla öğrenciye ulaşılması beklenmektedir.

10.





Projenin Adı	:"Ülkem İçin" Projesi - "Ülkem İçin kan veriyorum" kampanyası
Başvuran Kuruluş	:Koç Holding A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı	:-
Projenin Dönemi	:31-05-2010 - 31-12-2010
Proje Yetkilisi	:Aylin Gezgüç

Proje Özeti

Ülkem İçin Projesi Koç Topluluğu çalışanları ve bayileri arasında sosyal sorumluluk olgusunu yaygınlaştırarak, toplumsal sorunlara karşı daha katılımcı bir tutum geliştirmeyi amaçlamaktadır. 2006'dan beri yerel kalkınma, çevre, eğitim ve sağlık alanlarında çeşitli projelere imza atılmıştır. "Ülkem İçin" Projesinin 2010 yılı uygulaması olarak Türk Kızılayı ile işbirliği yapılarak kan bağışının insan hayatı için önemi konusunda farkındalık yaratılması ve düzenli gönüllü donör sayısının artırılması amaçlanmıştır. 31 Aralık 2010 itibarıyla 38.376 kişi kan bağışlamak için gönüllü olmuş ve toplamda 32.495 birim kan düzenlenen 273 kampanyada toplanmıştır. Proje 81 ilde 46 Koç Şirketi ve yüzlerce bayinin katılımı ile yürütüldüğünden, çok ayaklı bir sistem üzerine oturtulmuştur: şirket kurumsal yapıları, bayii ayağı ve Holding. Kurumsal destek ve iç/dış sözcülük görevi üst düzey yöneticiler tarafından verilmektedir. İç iletişim olarak, proje rehberi, proje broşürü, sunumlar, proje portalı ve bağış newsletteri kullanılmıştır. Projeye özel web sitesi iç ve dış iletişim amaçlı olarak kullanılmıştır. Bizden Haberler dergisinin bağışçı görüş ve hikayeleri ile katılım teşvik edilmiştir. Dış iletişim mecraları ise radyo, internet ve outdoor olmuştur: duraklarda raketter, metro içi alınlıklar, otobüs giydirmeleri, bina dış cephe giydirmeleri, metro outdoor tvler, şehirlerarası otobüs hatlarındaki tvler, deniz ve karayolu toplu taşımalarında afişler ile dış iletişim yaygınlaştırılmıştır.

10.





Projenin Adı	:Çocukların Mutlu Geleceği İçin Umut Yıldızı Projesi
Başvuran Kuruluş	:Emniyet Genel Müdürlüğü
Halkla İlişkiler Ajansı	:-
Projenin Dönemi	:13-05-2009 - 21-01-2011
Proje Yetkilisi	:Mustafa B. Demirer
Proje Özeti	

Geleceğimizin teminatı olan çocuklarımızın, her türlü olumsuz şartlardan korunması, hayatlarını güven içinde sürdürmelerine yönelik ülkemizde suça sürüklenmiş, sokağı yurt edinmiş, uyuşturucu bağımlısı olmuş ve benzeri olumsuz şartlarla karşı karşıya olan risk altındaki çocukların, suçlardan ve zararlı alışkanlıklardan korunması ile topluma sağlıklı bireyler olarak kazandırılmasını amaçlayan, "Çocukların Mutlu Geleceği İçin Umut Yıldızı Projesi" İçişleri ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlarımızın 13.05.2009 tarihinde imzaladığı işbirliği protokolü kapsamında Emniyet Genel Müdürlüğü, İŞKUR Genel Müdürlüğü, ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Başkanlığı işbirliğinde, ülke genelinde Mülki Amirler koordinesinde uygulama çalışmalarına başlanmıştır. Protokole konu proje çerçevesinde öncelikle, risk altında bulunan çocukların/gençlerin suç ve zararlı alışkanlıklardan korunmasına yönelik; uyum, iletişim ve mesleki becerilerinin geliştirilmesi ve sosyal rehabilitasyonlarının sağlanması ile çocukların yayın yolu ile bilgilendirilmesi / bilinçlendirilmesi faaliyetleri kapsamında (kısa metrajlı filmler, skeçler, tiyatro oyunları, broşür ve afişler) materyallerin üretilmesi temel hedef olarak belirlenmiştir. Ayrıca proje kapsamına alınan çocukların rehabilitesine yönelik, merkezi ve yerel kaynaklardan faydalanılarak, sosyal, kültürel ve sportif faaliyetlerin organize edilmesi de öngörülmüştür. Bu güne kadar ülke genelinde 7 bin 25 çocuk proje kapsamına alınmıştır.



10.



Projenin Adı

:Mobil Toplantı Merkezi - Novartis Diyabet ve Hipertansiyonda Sağlık Yolunda

Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı

:Novartis Sağlık, Gıda ve Tarım Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.
:Mese İletişim Hizmetleri Danışmanlığı ve Ticaret A.Ş.

Projenin Dönemi

:13-09-2009 - 12-11-2010

Proje Yetkilisi

:Esra Özgüven

Proje Özeti

Sağlık Bakanlığı'nın verilerine göre toplumumuzun 18 yaş üstü nüfusunun üçte biri hipertansiyon ve diyabet hastalıklarından birine sahiptir ve yüzde 60'ı bu hastalığının farkında değildir. Farkında olunmayan ve düzenli tedavi altında tutulmayan bu hastalıklar sonucu ölüme kadar varan geri dönüşsüz sağlık sorunları ortaya çıkmaktadır.

Mobil Toplantı Merkezi projesi de, ülkemiz fertlerinin sağlığı açısından önemli olan bu konuya dikkat çekmek ve halkı bilgilendirerek hastalıkla ilgili önlem ve tedavilerin duyurulması amacıyla hazırlanmış bir projedir. Bu projeyle hastaların yaşam kalitesini ve süresinin yükseltilmesi hedeflenmiştir.

Etkinlik kapsamında ayrıca sağlık sektöründe yer alan eczacı ve tıp doktorlarına yönelik özel eğitim seansları da yer almıştır.

Bu amaç için özel olarak tasarlanan mobil toplantı merkezinde, 13 Eylül -13 Kasım arasında 15 ilde çalışan tıp doktorlarına, eczacılara ve halka diyabet ve hipertansiyon konusunda 3 boyutlu filmler aracılığıyla bilgilendirici tanıtımlar gerçekleştirilmiştir.

Yukarıda bahsi geçen tüm toplantılar 18 metre çapında, kubbe görünümündeki mobil toplantı merkezi içerisinde 50 kişilik 3D teknolojisinin kullanıldığı özel bir sinema salonunda gerçekleştirilmiştir.

15 ilde 60 gün süren proje kapsamında, toplantılara 5678 hasta ve hasta yakını, 1674 doktor ve 527 eczacı katılmıştır.

10.





Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Dünya 2.leri Tip 2 Diyabete Karşı
:Novartis A.Ş.
:Dünya İşleri Pr,İletişim Ve Danışmanlık
:08-11-2010 - 14-11-2010
:Billur Toktay Barışiker

2025 yılına kadar dünya nüfusu %30 artarken diyabetli sayısının %114 artması beklenmektedir. Tip2 diyabetli hastaların üçte ikisi hastalığı hakkında bilgi sahibi değildir. Diyabet belli bir dönem gizli devam etmektedir. Anlaşılabilmesi için tokluk kan şekerinin ölçülmesi gerekir. Türkiye'de de diyabetli sayısı 10 yılda 2'ye katlanarak 4.5 milyondan 9 milyona çıkmıştır.1991 yılından bugüne kadar her yıl 14 Kasım'da Dünya Diyabet Günü düzenlenmekte, diyabet bilincinin artması amaçlanmaktadır.2011 yılı için Türkiye Diyabet Vakfı önderliğinde, Novartis'in koşulsuz desteği ve Türk Milli Basketbol Takımı Oyuncularının katıldığı kampanya ile Tip2 Diyabet için kamuoyunun dikkatini çekmek, farkındalık yaratmak, diyabeti tanıtmak, diyabetten korunmanın yollarını anlatmak, şeker hastalığını erken tanınmanın yararlarını duyurmak, diyabetik kişilere hastalığın azaltıcı ve kontrol altına almanın önemi hakkında bilgiler vermek amaçlanmıştır. Kampanya dâhilinde;14 Kasım haftasında 2 farklı gazetede 4 kez yayınlanan kampanya görselleri, ay içerisinde yayınlanan makale ve röportajlar ile ulusal basında ulaşılan kişi sayısı 16865631'dir.11.Kasım tarihinde düzenlenen basın toplantısına katılan 17 medya kuruluşunun televizyon kanadı ile 4611000 kişiye ulaşılmıştır. İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin 300 dış alan mecrasında,340 spor salonu afiş alanında ve 300 hastane afiş alanında kampanya görselleri ile farkındalık arttırılmaya çalışılmıştır. Aktiviteler sonucu Türkiye'de 28 milyon kişiye ulaşılmıştır.

10.





Projenin Adı	:İyi Beslenmek, İyi Gelecek
Başvuran Kuruluş	:Sana
Halkla İlişkiler Ajansı	:Ünite İletişim
Projenin Dönemi	:20-01-2010 - 25-01-2011
Proje Yetkilisi	:İşıl Bayraktar
Proje Özeti	

Türkiye İstatistik Kurumu verileri, ülkemizde 5 milyonu aşkın çocuğun yeterli ve dengeli beslenmeden yoksun olduğuna işaret ediyor. Sana ve TOÇEV'in, ülkemizdeki bu olumsuz tabloyu değiştirebilmek için hayata geçirdikleri "İyi Beslenmek, İyi Gelecek", gıda paketi dağıtımı ile dengeli beslenmede kahvaltının öneminin vurgulanması şeklinde iki temel hedefe odaklanan bir sosyal sorumluluk projesidir.

Proje kapsamında, TOÇEV'in, M.E.B Sağlık İşleri Dairesi Başkanlığı'nın yönlendirmesi ile belirlediği, maddi durumu yetersiz ailelerin okuma istekli çocuklarına bir yıl boyunca her ay peynir, süt gibi kahvaltılık besinler ile temel besin öğeleri içeren gıda paketleri gönderiliyor. Böylece çocukların fiziksel gelişimlerine katkıda bulunulurken okuldaki başarıları da motive ediliyor. Yeterli ve dengeli beslenme konusunda uzmanlar tarafından eğitimler alan anneler, gıda paketlerine konulan föyler sayesinde paket içeriğindeki malzemelerle yapılabilecek besleyici tarifler öğreniyor. Aileler, her 3 ayda bir pedagog eşliğinde ziyaret ediliyor ve yapılan anketlerle çocukların fiziksel, sosyal ve psikolojik gelişim süreçleri takip ediliyor. 2010 yılında Sinop'ta başlayan ve Çankırı'da devam eden proje kapsamında bir yılda 500 çocuğa 6515 gıda paketi ulaştırıldı. Düzenlenen İyi Beslenmek İyi Gelecek Paneli ile 500 aile, kahvaltının ve sağlıklı beslenmenin çocukların gelişimindeki önemi ve çocuk iletişimi konusunda bilgilendirildi. Projenin hedefi Türkiye'deki tüm çocuklara ulaşmak.

10.





medyaevi'

Projenin Adı	:ETİ Çocuk Tiyatrosu
Başvuran Kuruluş	:ETİ
Halkla İlişkiler Ajansı	:Medyaevi İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi	:01-01-2011 - Devam Ediyor.
Proje Yetkilisi	:Merve Erdebil
Proje Özeti	

Çocukların kültürel gelişimlerine katkı sağlamak amacıyla hayata geçirilen "ETİ Çocuk Tiyatrosu", Türkiye'nin en önemli ve geniş kapsamlı çocuk tiyatrolarından biri olma özelliğine sahip. Tiyatronun çocukların kendilerini daha iyi ifade etmelerini sağlayan, özellikle de ergenlik dönemindeki kimlik arayışlarında onları olumlu yönde etkileyen en önemli sanat dallarından biri olmasından yola çıkarak gerçekleştirilen proje ile çocukların hayal dünyasına yeni açılımlar sunmak, mümkün olduğunca çok çocuğa tiyatro izleme deneyimi yaşatmak amaçlanıyor.

2001 yılından beri her sene Edirne'den Ağrı'ya Türkiye'yi dolaşan ETİ Çocuk Tiyatrosu bugüne kadar Türkiye ve KKTC'de 1 milyonu aşkın çocuğu ücretsiz olarak tiyatro ile buluşturdu. Türkiye'deki 5 -14 yaşları arasındaki her 13 çocuktan biri ETİ Çocuk Tiyatrosu'nu seyretti. Profesyonel oyuncularından oluşan ETİ Çocuk Tiyatrosu bugüne kadar Bisküvi Adam (2001 - 2003), Kakaolu Olsun (2002 - 2003), Aladdin'in Sihirli Lambası (2003 - 2006), Alice Harikalar Diyarında (2006 - 2008) ve Pinokyo olmak üzere 4 farklı oyun sergiledi.

Bu sezon 10. yılını kutlayan ETİ Çocuk Tiyatrosu 2010- 2011 sezonunda 45 farklı il ve ilçeyi gezerek 120 bin çocuğa daha ulaşmayı, tiyatro sayesinde çocukların daha aktif, kendine güvenen ve çevresi ile sağlıklı ilişkiler kuran bireyler olma yolunda ilerlemesine katkıda bulunmayı hedefliyor.



10.



Projenin Adı	:Tav Galeri Etkinlikleri
Başvuran Kuruluş	:TAV Havalimanları Holding
Halkla İlişkiler Ajansı	:-
Projenin Dönemi	:05-01-2010 - 05-01-2011
Proje Yetkilisi	:Bengi Vargül
Proje Özeti	

TAV Havalimanları Holding tarafından işletilen İstanbul Atatürk Havalimanı'nda Dış Hatlar Terminali'nde 2007 yılında kurulan TAV Galeri, 3 yılda 18 sergiyi ağırlayan bir platform olmuştur. Atatürk Havalimanı'nda bulunan yolcuların ve yakınlarının seyahatleri öncesinde keyifli vakit geçirmelerini sağlamak ve kültür ve sanata destek vermek amacıyla hayata geçirilen TAV Galeri İstanbul; Türkiye'de bir havalimanında bulunan ilk sergi alanı projesidir.

İstanbul Atatürk Havalimanı'nda görevli basın mensuplarının havalimanında çektiği fotoğraflardan oluşturulan "Objektiften Havalimanı" Fotoğraf Sergisi ile Ulaştırma Bakanı ve Kültür ve Turizm Bakanı tarafından açılışı gerçekleştirilen TAV Galeri, çok kısa bir süre içerisinde farklı sergilere ev sahipliği yaparak sanatseverlerin de takip ettiği bir galeri niteliğine gelmiştir.

TAV Galeri İstanbul, DHMİ verilerine göre Atatürk Havalimanı'nı kullanan günde yaklaşık 80.000 kişinin ziyaretine sunulmuştur ve 2011 yılı sergi programını hazırlamıştır. İstanbul'da yolcuların büyük ilgi göstermesi ile 2010 yılı sonunda Ankara Esenboğa Havalimanı'nda TAV Galeri Ankara ve İzmir Adnan Menderes Havalimanı'nda TAV Galeri İzmir hayata geçirilmiştir.

2011 yılı içinde TAV Havalimanları tarafından işletilen tüm havalimanlarında TAV Galeri projesinin hayata geçirilmesi hedeflenmektedir.



10.

AYGAZ

LOBBY
Ulusal Halkla İlişkiler Tutarım
Tutarım Organizasyon Hizmetleri A.Ş.

Projenin Adı :Aygaz Kitaplığı Projesi
Başvuran Kuruluş :Aygaz A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı :Lobby PR
Projenin Dönemi :02-12-1996 - 31-12-2010
Proje Yetkilisi :Devrim Çubukçu
Proje Özeti

Aygaz olarak, ekonomik kalkınmanın sosyal ve kültürel kalkınmadan bağımsız olmadığını biliyoruz. Her gün yüz binlerce kişiye ürün ve hizmetlerini ulaştıran bir marka olarak, sosyal sorumluluk çalışmalarımızla geçmişe sahip çıkmaya ve geleceğe yatırım yapmaya çalışıyoruz. 1996 yılından bu yana sürdürdüğümüz "Aygaz Kitaplığı Projesi" ile tarih ve kültürüyle yaşadığımız coğrafyanın zenginliklerini gelecek nesillere aktarmayı amaçlıyoruz. Anadolu'nun tarihi, kültürel, coğrafi ve sanatsal birikimini, belgeleriyle derleyen Aygaz Kitaplığı ile en son 2010 yılında "Hanedan ve Kamera -Osmanlı Sarayından Portreler" adlı eseri kültür-sanat dünyamıza kazandırdık.

Tarihten, arkeolojiye pek çok farklı alana ilişkin yayınları içeren Aygaz Kitaplığı şu eserlerden oluşuyor: "Türkiye Baştan Başa Bir Ülke", "Kapadokya: Kayalardaki Şiirsellik", "Tanrılar Dağı Nemrut", "Otağ-ı Hümayun", "Hasbahçe: Osmanlı'da Bahçe ve Çiçek", "Dersaadet'in Fotoğrafçıları", "Hatıra-i Uhuvvet- Portre Fotoğrafların Cazibesi", "Osmanlı Sarayının Çocukları", "Troya Hazinesi", "II. Meşrutiyet'in İlk Yılı", "Hanedan ve Kamera Osmanlı Sarayından Portreler". "Aygaz Kitaplığı" projemizi ülkemizin diğer markalarına örnek olması umuduyla KS-kültür sanat kategorisinde Altın Pusula'ya aday gösteriyoruz.

10.





strateji

Projenin Adı	:Akbank 20. Caz Festivali
Başvuran Kuruluş	:Akbank Sanat
Halkla İlişkiler Ajansı	:Strateji Tanıtım
Projenin Dönemi	:01-01-2010 - 29-10-2010
Proje Yetkilisi	:Derya Bigalı
Proje Özeti	

Türkiye'nin en köklü ve prestijli çağdaş sanat merkezlerinden Akbank Sanat'ın organize ettiği Akbank Caz Festivali, ülkemizin en uzun soluklu ve en büyük caz festivalidir. Kurumsal sorumluluk misyonuyla cazın gelişimine destek olmak, caz dünyasının ünlü isimlerini müzik tutkunlarıyla buluşturmak, Türk caz sanatçılarını uluslararası platforma çıkartmak, genç sanatçıları desteklemek ve cazı Anadolu'ya yaymak amaçlarıyla yürütülen festivalin 20'ncisi, 23 Eylül -12 Ekim 2010 tarihlerinde düzenlenmiştir. Festival, bu yıl da zengin konser programı, film gösterimleri, atölye çalışmaları ve panellerin yanı sıra; 20 yıllık öyküsünü konu alan belgesel, kitap ve derleme albümüyle cazın Türkiye'deki ve dünyadaki gelişimine ışık tutmuştur. Cazı başta gençler olmak üzere geniş kitlelerle buluşturmak amacıyla Festival kapsamında İstanbul ve Anadolu'da özel, ücretsiz ve interaktif projeler gerçekleştirilmiş, caz sinema ve fotoğrafçılık gibi diğer sanat kollarıyla ve popüler kültür içerisindeki yeriyile ele alınarak yepyeni bakış açıları geliştirilmiştir. Festivalde dünyaca ünlü müzisyenler sahne alırken, "Kampüste Caz" etkinliğiyle İstanbul'un yanı sıra, Ankara, İzmir, Eskişehir ve Gaziantep'te üniversiteli gençlere erişilmiştir. Düşler Atölyesi ile yürütülen çalışmayla gönüllü müzisyenler ve sosyal dezavantajlı gençler bir araya getirilmiştir. 20 yıl boyunca 1405 sanatçıyı ağırlayan Akbank Caz Festivali 20. yılında 20 gün boyunca 160 sanatçıyı her yaş grubundan izleyiciyle buluşturmuştur.



10.



Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi

:İş Sanat
:Türkiye İş Bankası
:MPR Halkla İlişkiler
:04-11-2000 - İş Sanat 11. sezon ile devam ediyor.
:Zuhal Üreten

Proje Yetkilisi
Proje Özeti

Kuruluşundan bu yana toplumsal sorumluluklarını ön planda tutan İş Bankası, müzik ve sahne sanatları alanındaki faaliyetlerini 2000 yılından bu yana İş Sanat çatısı altında gerçekleştiriyor. Yoğun programı ile İstanbullu sanatseverlerin buluşma noktası olan İş Sanat, açıldığı tarihten itibaren ev sahipliği yaptığı dünyaca ünlü sanatçı ve topluluklarla Türkiye'nin en prestijli kültür ve sanat merkezleri arasında gösteriliyor.

İş Sanat'ın 800 kişilik salonunda klasik müzik, caz, geleneksel ve dünya müziğinden seçkin örneklerin yanı sıra dans gösterileri, şiir dinletileri, tiyatro ve çocuk gösterileri de gerçekleştiriliyor.

İş Sanat, 11 yıldır dünyaca tanınan yıldızları Türk izleyicisine sunmanın yanında, Türk sanatçılarla uluslararası ustaları bir araya getiren özgün projeler geliştirilmesi; Türk bestecilerin eserlerinin seslendirilmesi ve genç yeteneklere konser fırsatlarının sağlanması gibi toplumsal yönü öne çıkan bir programcılık ve yönetim yaklaşımına sahip bulunuyor.

10.



P&G

medyaevi

Projenin Adı :Özel Olimpiyatlar
Başvuran Kuruluş :Procter&Gamble (P&G)
Halkla İlişkiler Ajansı :Medyaevi İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi :10-06-2010 - 30-11-2010
Proje Yetkilisi :Bilgehan Uyar/ Selin Güler

Proje Özeti

Özel Olimpiyatlar projesinde; zihinsel engellilerin hayata sporla bağlanması, sporla önlerindeki engellerin kaldırılması ve engelsiz bir yaşam için destek verilmesi hedeflenmektedir. Bu hedef doğrultusunda P&G, Migros işbirliğiyle Özel Olimpiyatlar Türkiye Organizasyonu'nu 2004 yılından beri desteklemektedir. "Destek verelim, engel tanımayanları olimpiyatlara gönderelim" sloganı ile belirli dönemlerde gerçekleştirilen kampanyanın en büyük destekçisi, Migroslardan satışa sunulan kampanyalı P&G ürünlerini satın alan tüketiciler. Kampanya ile bugüne kadar 3500 engelli çocuk ve genç sporla tanıştı. Özel Olimpiyat Oyunları'na verilen destekle giden özel sporcular bugüne kadar birçok başarı ile döndü.2010 yılında ise Varşova'da yapılan Olimpiyat Oyunları'nda Türk sporcular 15 altın, 5 gümüş ve 7 tane de bronz madalya kazandılar. Kampanya kapsamında yaratılan mentorluk ve motivasyon programında Türkiye'nin önde gelen sporcuları ve sanatçılarının desteği hiç eksik olmadı. Proje'nin 7.yılında gerçekleştirilen ödül töreninde özel sektör, sivil toplum ve hükümet işbirliğinin başarılı bir örneği gerçekleştirilmiştir. Ödül törenine özel sporcularımızın başarılarını taçlandırmak üzere Kadın ve Aileden Sorumlu Devlet Bakanı Selma Aliye Kavaf, Spordan Sorumlu Devlet Bakanı Faruk Nafiz Özak ve İstanbul Vali Yardımcısı Mustafa Altıntaş katılım göstermiştir.

10.





medyaevi

Projenin Adı

:Burger King Hoop Fest Basketbolu
Sokağa Taşıyor

Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı

:TAB GIDA SAN. ve TİC. A.Ş.
:Medyaevi İletişim Danışmanlığı

Projenin Dönemi

:01-08-2003 - 19-10-2010

Proje Yetkilisi

:Seçil Demiralp / Selma Uz Kaplangı

Proje Özeti

Burger King Hoop Fest özel alanlara gerek kalmadan herkesin sokakta spor yapmasını sağlamak, takımdaşlığı desteklemek ve gençlere spor alışkanlığı kazandırmak amacıyla 2003 yılından beri 8 yıldır gerçekleştirilmektedir. Basketbolu sokağa taşıyan Burger King Hoop, katılım olarak daha önce gerçekleştirilen turnuvaların en büyüğü olma unvanına sahiptir.

8 yıldır İstanbul, İzmir, Bursa, Adana, Antalya olmak üzere toplam 5 ilde, ücretsiz katılım ile gerçekleşen Burger King Hoop Fest etkinlikleri kapsamında gençlere, açık havada spor yapma, konusunda profesyonel kişilerce hazırlanan gösterileri izleme olanağı sunulmakta, heyecan ve eğlencenin birleştiği bir festival ortamı yaratılmaktadır.

Burger King Hoop Fest'e katılım, kategori ve yaş gruplarına göre olmakta ve başvurular projeye özel web sitesi olan www.bkhoopfest.com üzerinden yapılmaktadır.

5 ilde gerçekleşen Burger King Hoop Fest Basketbolu Sokağa Taşıyor'a 8 yılda, 3.153 takım ve yaklaşık 12.601 oyuncu katılmış, onbinlerce kişi tarafından izlenmiştir.

10.





Projenin Adı :Yapı Kredi Engelsiz Bankacılık Programı
Başvuran Kuruluş :Yapı Kredi
Halkla İlişkiler Ajansı :Artı İletişim Yönetimi
Projenin Dönemi :01-01-2008 - Devam Ediyor.
Proje Yetkilisi :Nurcan Erhan
Proje Özeti
Yapı Kredi Engelsiz Bankacılık Programı, "Hizmette Sınır Yoktur" anlayışı ile engelli vatandaşların bankacılık hizmetlerine daha kolay ve çağdaş bir biçimde ulaşmalarını sağlamak amacıyla başlatılan bir proje.

10.





medyaevi

Projenin Adı	:Çocuklarımız için Bayramda Tertemiz Giysiler
Başvuran Kuruluş	:Ariel
Halkla İlişkiler Ajansı	:Medyaevi İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi	:01-07-2010 - 30-09-2010
Proje Yetkilisi	:Dilhan Durak/ Selin Güler

Proje Özeti

Sektördeki yeniliklerin ve teknolojinin öncüsü Ariel, lanse edildiği ilk günden beri sadece temizlik alanında değil, toplumsal alanda da hep bir adım öne gitmeyi amaçlamıştır. Bu amaç paralelinde Türkiye'deki toplumsal dayanışma ve paylaşım geleneğinden yola çıkarak Ariel, 'Çocuklarımız için Bayramda Tertemiz Giysiler' kampanyasını hayata geçirmiştir. 0-13 yaş grubundaki ihtiyaç sahibi çocuklar için başlatılan paylaşım zincirinde duyarlı bağışçıların kullanmadıkları, küçülen kıyafetlerinin toplanması adına 10 ilde alışveriş merkezlerinde bağış noktaları kurulmuştur. Kitleleri etkilemek adına güvenilir, yardımları ihtiyaç sahiplerine ulaştıracak bir sivil toplum kuruluşu ve yaptığı işlerle rol model olmuş bir isim ile proje çerçevesinde işbirliğine gidilmiştir. Proje elçisi olarak 3 çocuk annesi ve Türkiye'de zincir anaokulları olan Neşe Erberk seçilmiştir. Üçüzleri ile projeye destek veren Neşe Erberk, kendi anaokullarında da velileri kıyafet bağışlamaya çağırmıştır. Kadınların ekonomik durumlarını ve yaşam kalitelerini iyileştirmek, çocuklara yönelik çalışmalar yapmak adına faaliyet gösteren Kadın Emeği Değerlendirme Vakfı işbirliği ile de toplanan kıyafetler İstanbul, Adapazarı, Mardin ve Diyarbakır'da ihtiyaç sahibi binlerce çocuğa ulaştırılmıştır. Ağustos ayı boyunca süren 'Çocuklarımız için Bayramda Tertemiz Giysiler' kampanyasında toplam 60.000 kıyafet yeni gibi tertemiz olarak dağıtılmıştır.



10.



Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Kapalıçarşı Sergisi
:Türkiye İş Bankası
:MPR Halkla İlişkiler ve Pazarlama
:08-11-2010 - 27-02-2011
:Zuhal Üreten

2007 yılında ziyarete açılan Türkiye İş Bankası Müzesi, İş Bankası tarihinin ve sürekliliğinin öyküsünü anlatırken aynı zamanda Banka tarihi ile iç içe geçmiş olan Cumhuriyet iktisat tarihine de ışık tutuyor. Banka'nın kurulduğu günden bugüne biriktirdiği arşiv ve nesnel koleksiyon malzemeleri, sözlü tarih çalışmaları çağdaş bir kurguyla Müze'de sergileniyor.

Müzedeki süreli sergiler salonunda sosyal ve iktisadi yaşamın çeşitli konularını mercek altına yatan sergiler de gerçekleştiriliyor. Bu çerçevede Kapalıçarşı'nın 550 yıllık öyküsünü anlatan "10 Adımda Kapalıçarşı" adlı sergi 8 Kasım 2010'da açıldı.

Tarih öncesinden bu yana ana ticaret yollarının kavşak noktası olmuş Anadolu'nun iktisat tarihinin resmi olarak nitelendirilebilecek Kapalıçarşı, bu sergide bir alışveriş merkezi olmasının ötesinde tasarım, ürün geliştirme ve finans merkezi olma özellikleriyle ön plana çıkarıldı. Sergide, Kapalıçarşı'nın inşa edildiği 1460 yılından günümüze kadar geçirdiği evreler; ekonomik ve mimari gelişimi, İstanbul'un ticaret hayatındaki yeri, ülkemizin kültürel ve sanatsal mirası üzerindeki rolü, Kapalıçarşı esnafının değişen yapısı farklı açılardan ele alınarak, görseller ve metinlerle tematik olarak sergilenmektedir.



10.



Capitol *Özgenç* Public Relations Worldwide

Projenin Adı	:Bay Hoop Evde Şamata Müzikli Danslı Çocuk Oyunu
Başvuran Kurulu	:Türkiye Sigorta Ve Reasürans Şirketleri Birliği (TSRŞB)
Halkla İlişkiler Ajansı	:Capitol Halkla İlişkiler
Projenin Dönemi	:10-10-2009 - 06-02-2011
Proje Yetkilisi	:Gamze Diler
Proje Özeti	

Türkiye'de yapılan bir araştırma ile tespit edilen düşük sigortalılık oranı ve bu konudaki bilgi ve algı düzeyi düşüklüğünü iyileştirme çalışmaları kapsamında bir proje başlatıldı. Bu proje Türkiye Sigorta ve Reasürans Şirketleri Birliği'nin talebi ile BKM tarafından senaryosunun oluşturulup sahneye konduğu bir tiyatro oyunu. Oyun genç beyinlerde sigorta olgusunu yaratmayı ve sigortanın faydaları hakkında bilgi vermeyi amaçlıyor. Daha önce benzer bir uygulamanın yapılmadığı bu proje ile TSRŞB sosyal sorumluluk örneği tiyatroyu sevdireyor ve aynı zamanda oyunu izleyen çocukların genel kültür ve bilgi dağarcığına katkıda bulunuyor. Senaryosunun "Bay Hoop Evde Şamata " oyuncu kadrosu, dansları ve özgün müzikleri ile 2009 yılında başladığı turnenin ilk etabını 26 haftalık bir sürede gerçekleştirdi. Hafta sonları oynanan oyun başta İstanbul'un birçok ilçesinde sahnelendi. Oyun 2009 yılında 29 ille 46 günde, 49.000 çocuk ve veliye ulaşmayı başardı. Turnenin 2. yılı ise gidilmeyen 20 ili kapsıyor. Proje tamamlandığında 40.000 km yol yapılarak 49 ilde 100.000 seyirciye ulaşmış olacak. Ayrıca gidilen illerde yapılan yerel iletişim çalışmaları ile açık hava, radyo, tv aracılığıyla halkla ilişkiler desteği de sağlanıyor.

10.

 altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ





Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide

Projenin Adı	:Henkel Make An Impact on Tomorrow (Çalışan Gönüllülüğü Projesi)
Başvurulan Kategori	:Kurumsal Sosyal Sorumluluk - Diğer
Başvuran Kuruluş	:Türk Henkel A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı	:Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide
Projenin Dönemi	:01-01-2009 - 21-01-2011
Proje Yetkilisi	:Hande Ardane (Henkel) / Ayça Gürkol (Capitol Ogilvy)

Proje Özeti

Henkel, kurumsal gönüllülük programı olan MIT Girişimi (Make an Impact on Tomorrow) ile şirket çalışanlarının ve emeklilerinin gönüllü olarak toplum yararına gerçekleştirdikleri etkinlikleri desteklemektedir. Bu destek finansal yardım, ürün yardımı ve ücretli izinler şeklinde verilmektedir. "MIT Girişimi" özellikle sosyal sorumluluk projelerinin başarılı bir şekilde başlatılması için gereken desteği vermeyi amaçlamaktadır ancak projenin uzatılması/yeterliliğin sağlanması veya proje için devamlı bir desteğe ihtiyaç duyulması halinde sürdürülebilirlik açısından proje, bu girişim çerçevesinde daha uzun bir süre desteklenebilmektedir. Henkel çalışanları bu projelerin seçiminden, finansman sağlanmasına, hayata geçirilmesine kadar çeşitli alanlarda gönüllü olarak yer almaktadır. Henkel MIT Girişimi'ni Türkiye'de 2004 yılında lanse etmiş ve çalışanlarının sosyal sorumluluk konularında girişimlerini teşvik etmek amacı ile bu tarihten bu yana her yıl düzenli olarak desteklemiştir. Çalışanlarının gönüllülüğü ile Henkel sokakta çalışan çocuklara meslek edindirmesi, ihtiyacı olan okullara bilgisayar bağışlanması, Anadolu'da ihtiyacı olan hastanelere kuvöz bağışlanması... vb. 28 projeyi hayata geçirmiştir.



10.



Projenin Adı	:Her Ev Bir Atölye Olsun
Başvuran Kuruluş	:Has Özgen Tekstil San. ve Tic. A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı	:-
Projenin Dönemi	:01-01-2010 - 31-12-2014
Proje Yetkilisi	:Erdoğan Aras
Proje Özeti	

Fabrikamız 1998 yılında Tokat O.S.B'de geleneksel Tokat yazması ile üretime başlamıştır. Daha öncesinde yazmacılar hanında bu işi yapmakta idi. Bugün itibariyle 11.000 m2 kapalı alanda 270 kişi ile iplikten mamule kadar her çeşit boya, baskı, dokuma ve aksesuar üretimi ile kendi alanında Çinin ülkemizdeki en büyük rakibi durumundadır. Özellikle yazmacılık ve bay-bayan aksesuarda modern teknoloji ile el becerilerini birleştirerek üretim yapma esası alındığı için ve 2010 yılında ürünlerimize talebin artması ile birlikte kapalı cezaevindeki yaklaşık 600 mahkuma, 700 ev hanımına ve çeşitli nedenlerle üretimini durduran küçük tekstil atölyelerine iş vererek bir sosyal sorumluluk örneği göstermiştir. Proje kazan - kazan prensibine dayanmaktadır.

Bugün, Coton, Defacto, Özdilek, Kipa, Adil Işık gibi ülkemizin önde gelen perakendecilerine ve marketler zinciri ile ülkemizde ve bunun yanında Moskova'da açtığı ofis ve deposuyla ürünlerini pazarlamaktadır. Her bayana aylık yaklaşık 400-800 TL ekonomik katkı sağlanmaktadır. Fabrika bünyesinde çalışan işçiler dışında dışarıya her ay yaklaşık 150.000 TL ekonomik katkı sağlanmaktadır. Projenin ilk yıl sonucunda cezaevinde olayların bitme noktasına geldiği, kadınların harcama alışkanlığının arttığı ve ahlaki çöküntünün geçmiş yıllara göre azaldığı görülmüştür. Artan talepler ile birlikte proje en az 2014 yılına kadar devam edecektir. Projenin ilçelere ve komşu illere de yaygınlaştırılması planlanmakta olup sonuçlar sürekli izlenecektir.



10.

E-İLETİŞİM

10.





EXCEL İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI

Projenin Adı	:Ttnet Destek
Başvuran Kuruluş	:Ttnet
Halkla İlişkiler Ajansı	:Excel İletişim ve Danışmanlık
Projenin Dönemi	:01-11-2009 - 17-01-2011
Proje Yetkilisi	:Burak Evren

Proje Özeti

TTNET Destek, Türkiye'nin sosyal ağlarda problemleri çözmeye yönelik ilk müşteri servsidir. Kasım 2009'dan beri sosyal ağlardaki müşterilerimizin problemlerini çözmekteyiz. Facebook'ta kurumsal, Twitter ve Friendfeed'de ise hem kurumsal ve hem de destek hesaplarımız ile sosyal ağlarda aktif olarak yer alıyoruz.

Sosyal medya kanallarından gelen iletişimler, TTNET Destek ekibimize aktarılır ve Call Center çalışanlarımız müşterilerimizle bağlantıya geçer. İhtiyaç olması durumunda, TTNET sosyal medya ekibinin yönlendirmesiyle Call Center dışındaki diğer birimler de konu ile ilgili aksiyona geçirilir. Sosyal medyadaki müşterilerimiz problemlerini herkese açık ya da özel mesaj yöntemi ile paylaşabilir. İlk aşamada, soru veya şikâyeti olan müşterimizin telefon ve ADSL bilgileri, sosyal medya platformu aracılığı ile istenir ve alınan bilgiler Call Center ekibine yönlendirilir. Örneğin, Friendfeed'de problemini belirten müşterimiz, telefon numarasını bizimle paylaştıktan sonra Call Center ekibince aranır. Müşterinin telefon numarası direkt mesaj ile istendiği için bu bilgi iki taraf dışında görüntülenemez. Sonrasında, müşterimiz aranarak bilgilendirilir ve problemi çözülür.

10.





Projenin Adı
Başvuran Kuruluş

:KaleTech Ustalar Kahvesi
:Kaleseramik Çanakkale Kalebodur
Seramik San. A.Ş.

Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi

:Grup7 İletişim Danışmanlığı A.Ş.
:06-05-2010 - 17-01-2011
:Ayşen Uz

Proje Özeti

Son kullanıcı ve ustalar arasındaki iletişimi kolaylaştırmak, kalifiye ustalara ulaşmayı hızlandırmak, sertifikalı ustaların sertifikasızlardan farkını gözler önüne sermek, ustaların eğitim alarak mesleğinde her zaman en yeni teknolojiyi takip edebilmesini, bilgi birikimlerini ve referanslarını paylaşabilmesi sağlamak için kurulan Kaletech Usta İletişim Platformu, ustaların birbirleri, sektördeki konularında uzman diğer profesyoneller ve nihai tüketiciler ile etkileşimini daha fazla arttırmak için hazırlanan “Kaletech Usta Kahvesi” ile zenginleştirilmiştir. “Kaletech Usta Kahvesi” iletişimin gücünü kullanmayı amaçlayan üç boyutlu bir sohbet servsidir. Bir amacı ustanın mesleğinde gelişimini arttırması ve kolay iletişimi sağlamakken bir diğer amacı da ustaların interaktif ortamda kendilerini geliştirme, teknolojik gelişimlere ayak uydurabilme ve bilgiye ulaşma yolunda destek olmaktır.

10.



SONY

Capitol *Ogilvy* Public Relations Worldwide

Projenin Adı

:Sony PlayStation® Move Çok Güzel Hareketler
Bunlar Türkiye Lansman Kampanyası

Başvuran Kuruluş

:Sony Eurasia

Halkla İlişkiler Ajansı

:Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide

Projenin Dönemi

:01-08-2010 - 19-01-2011

Proje Yetkilisi

:Ayça Gürkol

Proje Özeti

Konu: Tüketicilerde konsol ve sensörlü oyunlara yönelik ilginin artması ve pazarda markaların bu teknolojilere yönelik yeni ürünler çıkartması.

Amaç: "Harekete geç" sloganıyla tüm dünyada tanıtımı yapılan PlayStation® Move harekete duyarlı oyun kumandasının rakipsizliğini vurgulamak. Hem vaat ettiği hareket, oyun ve eğlence dünyasını anlatmak hem de farkını ortaya koyabilmek.

Yaratıcı Fikir: Dijitalde büyüyecek ve PR ile desteklenecek bir iletişim çalışması.

Proje: PlayStation® Move dünya lansmanı kapsamında sadece Türkiye'ye özel olarak, hedef kitle tarafından ilgi ile takip edilen BKM mutfak oyuncuları ile özel bir işbirliği gerçekleştirildi. PlayStation® Move ürünü ile ilgili "Çok Tuhaf Hareketler Bunlar" adıyla bir dizi viral video hazırlandı. Videolar sosyal paylaşım sitelerinde basın toplantısı öncesi teaser olarak yayılmaya başladı. PlayStation® Move geniş bir basın grubuna açık havada parti konseptiyle gerçekleştirilen deneyimsel bir basın toplantısı atmosferinde tanıtıldı. Sektör yayınlarının yanı sıra, günlük yayınlar, TV ve magazin muhabirleri de olmak üzere toplam 49 mecra toplantıyı takip etti. Basın toplantısına BKM mutfak oyuncuları da katıldı.

Sonuç: Çekilen videolar 10 gün içinde internetteki sosyal ağlar vasıtasıyla 4 milyon kişi tarafından izlendi. Basın toplantısı sonrasında 37 yazılı ve 9 TV yansıması ve çok geniş bir internet yansıması elde edildi.

10.



AVON
the company for women

Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Avon Blogger Away Day
:Avon
:Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide
:24-12-2010 - 17-01-2011
:Deniz Hazar, Burçak Önen

AVON'un yaşlanma karşıtı cilt bakım kategorisinin "Zamanı Tersine Çeviren" markası ANEW serisini tanıtmak ve seride, 25'ten başlayıp, 55 yaş ve üzerine kadar her cilt tipi ve ihtiyacına özel ürünler bulunduğu konusunda farkındalık yaratmak. Bloggerlar nezdinde bilinirliğini artırmak, hedef kitle ile duygusal ve güçlü bir bağ kurmak. AVON'un uzmanlığı ve ürünleri hakkında bloggerları, hem sohbet hem de deneyimi teşvik eden eğlenceli bir etkinlik kapsamında bilgilendirerek, gerçek bir güzellik deneyimi yaşatmak. Kadınlara hitap eden ve güzellik konusunda yazan bloggerlara özel ve ilhamını, ANEW serisinin zamanı tersine çevirmesinden alan bir etkinlik. "Hangi yaşta olursanız olun, hep yanınızdayız." Bloggerlar ile Beyoğlu'ndaki Büyük Londra Otel'i'nin nostaljik atmosferinde bir araya gelindi. Dermatolog Dr. Güneş Ertürk sağlığı ve kalıcı bir güzellik için cilt bakımının önemini ve püf noktalarını aktardı. Ardından bloggerlar, yılın yorgunluğunu atmak üzere özel bakım ve güzellik seansına alındı. Keyifli seansı takiben AVON'un özel olarak hazırladığı 40'lar, 50'ler, 60'lar dönemlerini yansıtan kostümleri seçerek, kendilerine, bu kostümlere uygun bir saç ve makyaj tasarımı uygulandı. Bakımlarını yaptıran ve dönemsel kostümleri ile hazırlanan kadınlar, objektiflerin karşısına geçerek, adeta bir moda çekiminde gibi hatıra fotoğrafları çekti. Etkinliğe 12 blogger katıldı ve yaşadıkları deneyimi, 14 farklı sitede kaleme aldılar.

10.





Projenin Adı :A-Hekim TV
Başvuran Kuruluş :Sanofi-aventis Ltd.
Halkla İlişkiler Ajansı :Cortex İletişim
Projenin Dönemi :01-04-2009 - 07-02-2011
Proje Yetkilisi :Meltem Turguter

Proje Özeti

Sanofi-aventis, aile hekimliğine geçen ve yeni rol ve sorumluluklar üstelenen hekimlerin yanında yer almak ve onların sisteme adaptasyonlarına yardımcı olmak amacıyla "Aile hekimlerinin ihtiyaçlarını karşılayan, geniş kapsamlı, geliştirilebilir, etik, bilimsel, farklı, kalıcı, dijital ve interaktif" bir platform kurdu. Çok yönlü bir halkla ilişkiler programı da şekillendirerek Türkiye'nin sağlık alanındaki ilk TV web sitesi olan A-Hekim TV'yi 2009 yılında hayata geçirdi. A-Hekim TV web sitesinde sertifika sınavına yönelik eğitim kursları, önemli tıbbi konferans ve seminerlerin videoları, farklı uzmanlık alanlarıyla ilgili temel konularda yuvarlak masa tartışmaları ve farklı uygulamalar yer alıyor. Böylelikle Sağlık Bakanlığı'nın doktorların sınava hazırlanmalarına yardımcı olmaya yönelik sürecine destek olan sanofi-aventis, paydaşları nezdinde itibarlı bir adım daha atmış oldu.

10.



SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI

(Bu kategoriye başvuru yapılmamıştır)

10.

 **altınpusula** 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ



KAMU KURULUŞLARI

10.





Projenin Adı :Çevre Orman Seyyar Eğitim Araçları
Başvuran Kuruluş :T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı
Halkla İlişkiler Ajansı :-
Projenin Dönemi :22-04-2010 - 17-06-2011
Proje Yetkilisi :Cemal Nogay
Proje Özeti

Çevre Orman Seyyar Eğitim Araçları projesi, başta çocuklar olmak üzere tüm vatandaşlarımızın çevre bilincinin artırılması, doğal kaynaklarımızın korunması için alınabilecek bireysel tedbirlere dair farkındalığın artırılması amacıyla hazırlanmıştır. "Aynı suyu, aynı toprağı, aynı havayı, aynı dünyayı paylaşıyoruz" sloganı ile başlatılan proje için 5 adet tır özel olarak dizayn edilmiştir. 3 dönem olarak planlanan projenin 22 Nisan-18 Haziran 2010 arasındaki ilk aşamasında 81 il, her ilde en az 3 gün kalınacak şekilde ziyaret edilerek, etkinlik programları gerçekleştirilmiştir. Proje kapsamında tüm illerimizde en az 3 ilköğretim okulunda çevre ve ormanların korunması konulu tiyatro gösterisinin sergilenmesi ve hazırlanan gönüllü formları ile maksimum sayıda kişinin e-mail ve iletişim bilgilerine ulaşarak bir gönüllü veri tabanı oluşturulması hedeflenmiştir. Ayrıca her il merkezinde halkın yoğun olarak bulunduğu alışveriş merkezleri gibi mekânlarda çeşitli animasyon gösterileri eşliğinde, Bakanlık yetkilileri tarafından yerinde yapılan bilgilendirmelerle karbon ayak izi, atık pil, geri dönüşüm gibi temel çevresel kavramların benimsenmesi ve bilinirliğinin artırılması hedeflenmiştir. Projenin 1-31 Temmuz 2010 arasındaki 2. döneminde biyo çeşitlilik konusuna dikkat çekmek amacıyla 15 Özel Çevre Koruma Bölgesi'nde etkinlikler düzenlenmiştir. Hazırlıkları devam eden 3. dönemde ise büyükşehirlerimizdeki İÖÖ öğretmenlerine yönelik etkinlikler planlanmaktadır.



10.



Projenin Adı	: Fay Hatları Tırı
Başvuran Kuruluş	: Doğal Afet Sigortaları Kurumu (DASK)
Halkla İlişkiler Ajansı	: Grup 7 İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi	: 29-04-2010 - 12-11-2010
Proje Yetkilisi	: Serpil Yakut

Proje Özeti

DASK, deprem ve Zorunlu Deprem Sigortası bilincini artırmak amacıyla Boğaziçi Üniversitesi Kandilli Rasathanesi ve Deprem Araştırma Enstitüsü işbirliğiyle 2010'da Fay Hatları TIR'ı projesini başlattı. Deprem simülasyonu TIR'ıyla Kuzey ve Batı Anadolu Fay Hatları üzerinde 30 il ve 16 ilçe olmak üzere 46 merkez ziyaret edildi, 104 günde 110 bin kişiye doğrudan ulaşıldı. Kandilli öğretmenleri proje kapsamında toplam 225 seminer ve TIR'da uygulamalı deprem eğitimi verdi. Prof. Dr. Üstün Dökmen de 12 ilde erteleme psikolojisinin deprem tehdidi altındaki bir ülkede yaratacağı kaotik sonuçları ve bunun önüne geçme yöntemlerini anlattı. TIR'da tüm katılımcılara deprem eğitim seti verildi.

Proje haberleri görsel ve yazılı basında 250'yi aşkın yansıma elde ederek Zorunlu Deprem Sigortası'nın genel kamuoyunun gündemine girmesini sağladı.

TIR'da yapılan anket katılımcıların yüzde 78'inin Zorunlu Deprem Sigortası'yla ilgili yeni bilgiler edindiğini gösterdi. TIR sayesinde DASK'ı tanıdıklarını söyleyenlerin yüzde 46'sının 7 - 30 yaş arasında olması genç kuşaklarda farkındalık yaratmak açısından projenin etkili olduğunu, Zorunlu Deprem Sigortası yaptırmaya karar verenlerin yüzde 73'ünün 30 yaş üstünde olması karar vericilere ulaşıldığını ortaya koydu.

TIR 2011'de Doğu Anadolu Fay Hatları'nda üçüncü turuna çıkacak. DASK bu projeyle PR News'in Sosyal Sorumluluk Ödülleri'nin Kamu Projeleri kategorisinde finale kaldı. DASK'ın derecesi 8 Mart'ta Washington'daki törende açıklanacak.



10.

Projenin Adı	:İlköğretim Okullarında Doğalgaz Güvenliği Eğitimi
Başvuran Kuruluş	:İGDAŞ
Halkla İlişkiler Ajansı	:MPR Pazarlama Halkla İlişkiler
Projenin Dönemi	:10-05-2010 - Devam Ediyor.
Proje Yetkilisi	:Levent Gürün
Proje Özeti	İGDAŞ, doğalgazın güvenli kullanımı konusunda ilköğretim okulu 6-7-8'inci sınıf öğrencilerini bilinçlendirmek amacıyla 10 Mayıs 2010'da bir proje başlattı. İlköğretim Okullarında Doğalgaz Güvenliği Eğitimi" adı ile yürütülen proje ile doğalgazın doğru kullanılması, doğalgazın aslında renksiz, kokusuz, zehir bir gaz olduğu, en güvenilir, en çevreci, en konforlu yakıt türü olduğuna dair bilgiler veriliyor. Olası gaz kaçağı durumunda yapılması gerekenler, hazırlanan bir animasyon filmi ile anlatılıyor. Projenin 1'inci döneminde 10 bin, 2'inci döneminde 20 bin, 3'üncü döneminde 20 bin olmak üzere toplam 50 bin ilköğretim okulu öğrencisine doğalgazın güvenli kullanılması konusunda bilgiler verildi. Projenin İstanbul'un tüm ilköğretim okullarında uygulanması planlanıyor. Eğitimi alan öğrencilerin evlerinde ailelerini de bilgilendirilmeleri için olası gaz kaçağı durumunda yapılacakları adım adım anlatan magnetler dağıtılıyor.





ZARAKOL
İLETİŞİM HİZMETLERİ

10.

Projenin Adı

:Shell - İDO İşbirliği ile Tasarruf
Konusunda Bilinçlendirme

Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı

:Shell & Turcas Petrol A.Ş.
:Zarakol İletişim Hizmetleri

Projenin Dönemi

:01-07-2010 - 20-01-2011

Proje Yetkilisi

:Selin Şahin

Proje Özeti

İDO ve Shell, imzadıkları anlaşmayla bilet satışından akaryakıt tedarikine, yolcu ve personel eğitiminden tüketici kampanyalarına kadar bir dizi alanda, stratejik iş ortağı oldu. Bu önemli işbirliği, İDO biletlerinin Shell istasyonlarında satışı; hızlı feribotlarda “Şanslı Koltuk” armağan kampanyası; araç sürücülerinin sürüş güvenliği konusunda bilinçlendirilmesi; kazalarla ilgili simülasyon eğitimleri konularını kapsıyor.

İDO-Shell organizasyonu ile hızlı feribotlarda “Şanslı Koltuk” adıyla bir armağan kampanyası yürütüldü. İDO seferlerinde “şanslı koltuklarda” oturan talihliler Shell’in vereceği hediyeleri kazandılar.

Sürüş güvenliği konusundaki işbirliği kapsamında ise Temmuz ayı boyunca İDO hızlı feribot ve araç terminallerinde, emniyetli araç kullanma, çevre ve sağlık konularında Shell tarafından hazırlanan eğitici filmler gösterilmeye başlandı. Böylece İDO müşterilerinin seyahatlerini daha keyifli hale getirerek trafik kazalarının önüne geçilmesini sağlayacak kısa mesajlar verildi.

İDO terminallerinde araç kazalarının önlenmesi için dikkat edilmesi gereken hususları gösteren simülasyonlar, İDO müşterilerinin hizmetine sunuldu.

İDO müşterilerine sunulan bir diğer hizmet ise “PitStop” oldu. Shell’in uzmanlığıyla sağlanan PitStop hizmetinde İDO’nun Yenikapı, Bandırma, Bursa gibi ana terminallerinde araçların, hızlı feribota binmeden önce motor yağı, cam suyu, lastik kontrolleri hızlı bir şekilde yapıldı ve sürücülere araçlarının durumuyla ilgili bilgi verildi.





Projenin Adı :Ben De Varım!
Başvuran Kuruluş :Ulaştırma Bakanlığı
Halkla İlişkiler Ajansı :-
Projenin Dönemi :03-12-2009 - 03-02-2011
Proje Yetkilisi :Nüket Aşkın
Proje Özeti

Proje engellilerle ilgili farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır. Tekerlekli iskemlede yaşamlarını sürdüren gençlere evlerinde çağrı kabul etme olanağı sağlanmıştır. Halen 220 genç, Türk Telekom, Vodafone, Avea, Turkcell ve Tüvtürk çağrı merkezlerinde evden çağrı kabul etmektedir. Ayrıca proje kapsamında görme engellilere yönelik gören göz isimli navigasyon sistemi hizmete sunulmak üzere. İşitme engellilere yönelik çağrı merkezi gerçekleştirilmiştir.

10.





Projenin Adı	:Kardeş Okullar Gökkuşaklı Projesi
Başvuran Kuruluş	:İzmir İl Emniyet Müdürlüğü
Halkla İlişkiler Ajansı	:-
Projenin Dönemi	:21-09-2009 - 21-06-2011
Proje Yetkilisi	:Arif Bayrak
Proje Özeti	

İl Emniyet Müdürlüğümüzce 2009/2010 Eğitim-Öğretim yılı başında uygulanmaya başlanan KARDEŞ OKULLAR GÖKKUŞAĞI PROJESİ ile ilimizde sosyo-ekonomik durumu düşük olan kesimlerin yoğunlukta olduğu bölgelerde bulunan idarecileri, öğrencileri ve onların aileleri ile sağlam bir birliktelik oluşturup öğrencilerin huzurlu bir ortamda eğitim öğretim görmelerini sağlamak ve polis-halk ilişkilerini geliştirmek amaçlanmakta ve proje 8 okul ve 8000 öğrenciyi kapsayacak şekilde yürütülmektedir. Proje 2009/2010 eğitim öğretim yılında 3 okul ve 3000 öğrenciyi kapsayacak şekilde başlamış, bu öğrencilerin tamamına kırtasiye yardımı yapılmış, okulların eksiklikleri giderilmiş, ekonomik durumu zayıf olan öğrencilere kılık-kıyafet yardımı yapılmıştır. Oluşturulan Koro Grubu, Tiyatro Grubu, Halk Dansları Topluluğu, Ritim Grubu 10 Nisan Polis Haftasında protokol, yazılı ve görsel basın kuruluşları, bölge halkı, ve teşkilat mensuplarımızın katıldığı etkinliklerde gösterilerini sergilemiş, büyük takdir toplamışlardır. Etkinlikler yazılı-görsel basında geniş yer bulmuştur. Ayrıca 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı etkinlikleri çerçevesinde bu gruplar 23 Nisan günü TRT Belgesel kanalında canlı yayına katılmışlardır. Futbol Takımı ve Atletizm Takımı katıldıkları yarışmalarda dereceler almışlardır. 2010/2011 eğitim öğretim yılında proje 8000 öğrenciyi kapsayacak şekilde genişletilmiş, saz ve gitar kursları da başlatılarak kapsamı genişletilmiştir.

10.





Projenin Adı	:Çalışma ve Sosyal Güvenlik İletişim Merkezi- (ALO-170)
Başvuran Kuruluş	:Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (ÇSGB)
Halkla İlişkiler Ajansı	:-
Projenin Dönemi	:15-11-2010 - 26-01-2011
Proje Yetkilis	:Enis Öztürk
Proje Özeti	Vatandaşlarımızdan gelecek her türlü soru, öneri, eleştiri, ihbar, şikâyet, başvuru ve taleplerin etkin ve hızlı bir biçimde çözüme kavuşturulması için çağdaş bir çağrı merkezi kurulmuştur. Proje devam etmektedir.

10.





Projenin Adı :E-yabancı izin
Başvuran Kuruluş :T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik
Bakanlığı
Halkla İlişkiler Ajansı :-
Projenin Dönemi :08-09-2009 - 31-12-2010
Proje Yetkilisi :Nurcan Önder

Proje Özeti
4817 sayılı kanun ve ilgili mevzuat çerçevesinde ülkemize çalışmak üzere gelen yabancıların çalışma izin işlemlerinin online olarak yürütülmesini sağlar. Uygulama 02.08.2010 tarihinde e-devlet üzerinde işleme alınmış olup, Alo 170 çağrı hattı ile kullanıcı desteği verilmektedir. Uygulamada paydaş tüm kurumlar ile bilgi alışverişi online olarak yürütülmektedir. Bu uygulama ülkemizdeki kaçak istihdamın giderilmesi, çalışan yabancıların kayıt altına alınması, gerekli istatistiklerin tutulması, kırtasiye, iş gücü ve zaman israfının ortadan kaldırılması için geliştirilmiştir.

10.





Projenin Adı	:Etkileşimli Vatandaş İletişim Merkezi Projesi (Evim)
Başvuran Kuruluş	:Ankara Büyükşehir Belediyesi
Halkla İlişkiler Ajans	:-
Projenin Dönemi	:01-06-2009 - 01-06-2011
Proje Yetkilisi	:Ahmet Recep Tekcan

Proje Özeti

2009 Yılında yeni Hizmet binamızın faaliyete geçmesiyle, halkla iletişimimizi daha güçlü hale getirmek için mevcut hizmetlerimizde geliştirmeler yaparak iletişim birimlerimizi daha bütünlüklü bir yapıya oturtmak amacıyla EVİM projesi oluşturulmuştur. EVİM projesi halkla ilişkiler konularını daha kapsamlı hale getirmek amacıyla alt dallara ayrılmıştır.

EVİM projesinin bu alt dalları ile;

Mavi Masa Çözüm Merkezi ve Bilgi Edinme Bürosu ile kanun çerçevesinde vatandaşlarımızın istek ve şikâyetlerini 7 gün 24 saat dinleyerek çözüme kavuşturmaktayız. SMS Otomasyonu sayesinde gerek vatandaşlarımıza gerek personelimize bilgi mesajları ve özel günler için kutlama veya taziye mesajları göndermekteyiz. ABB Halkla İlişkiler Departmanında 'siz çayınızı yudumlarken biz işlemlerinizi halledelim' sloganı ile belediyemize gelen vatandaşların işlemlerini uzman halkla ilişkiler personelimiz ile birlikte hızlı bir şekilde çözmekteyiz. Sabit Anket Kioskları ve Kamuoyu Araştırma Mobil Anket Aracı ile mevcut hizmetlerimizin değerlendirilmesine olanak sağlamakta ve yapılması düşünülen yeni çalışmalarımızı vatandaşlarımızın oyuna sunmaktayız. Kent Ekranları ile Ankara'nın çeşitli noktalarında interaktif iletişimi sağlamaktayız. Haftalık Ankara Bülteni ile Ankaralıları belediyemiz faaliyetleri ve güncel haberleri yazılı olarak yayınlayarak iletişim sürecine katkıda bulunmaktayız. EVİM projemizin son kısmı olan mobil cihazlar ile interaktif uygulamalar da yakında hizmet vermeye başlayacaktır.

10.





EXCEL İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI

Projenin Adı	:Dumansız Hava Sahası
Başvurulan Kategori	:Kamu Kuruluşları
Başvuran Kuruluş	:T.C. Sağlık Bakanlığı
Halkla İlişkiler Ajansı	:Excel İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi	:14-05-2008 - 14-02-2011
Proje Yetkilisi	:Prof. Dr Recep Akdağ

Proje Özeti

19 Mayıs 2008'de 4207 no'lu yasa yürürlüğe girdi. Bu yasaya göre "kapalı alan" olarak belirlenen yerlerde sigara içilmesi yasaklandı ve içen kişiler hakkında cezai işlem uygulanacağı duyuruldu. Kampanya'nın hedefi yasayı duyurmak ve yasağa gönüllü kabul ve uyum sağlamaktı. Kampanya öncesi sigaranın başkalarına verdiği tek zarar kötü koku olarak biliniyordu. Pasif içicilik kavramı üzerinde durulması, sigara içenlerin başka birinin havasını zehirlediği ve onun temiz hava alma hakkını elinden aldığı anlatılması gerekiyordu. Yasak kavramını yasaklamak, pozitif tonda birleştirici ve ılımlı bir yol izlemek bu kampanyanın büyük fikriydi. Bu fikir korkutarak ve emrederek bir yasağın toplumda gönüllü olarak kabul edilmeyeceği gerçeğinden hareketle ortaya çıktı. Yasağın gerekçelerini açıklamak, toplumun her kesiminden sigara içen ya da içmeyen ayrımı yapmadan insanları ortak akla yönlendirebilmek için Dumansız Hava Sahası kampanyası üretildi. Havanı Koru temasıyla desteklenerek 360 derece iletişim kampanyası olarak hayata geçirildi.

10.



SPONSORLUK İLETİŞİMİ

10.





EXCEL İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI

Projenin Adı	:TTNET'le Geleceğini Netleştir
Başvuran Kuruluş	:TTNET
Halkla İlişkiler Ajansı	:Excel İletişim Danışmanlık
Projenin Dönemi	:01-03-2010 - 17-01-2011
Proje Yetkilisi	:Emirhan Avar
Proje Özeti	

TTNET, Türk ekonomisinin yakın gelecekteki karar vericileri ve liderleri olacak gençlere, bilişim ve iletişim teknolojileri sektörünü yakından tanıtmak ve gençlerin kişisel gelişimlerine katkı sağlamak amacıyla TTNET'le Geleceğini Netleştir Projesi'ni hayata geçirmiştir. Proje dâhilinde üniversite öğrencileriyle geleceğin önde gelen işkollarından bilişim sektöründeki son gelişmelerin yanı sıra profesyonel hayatta başarı sağlamanın püf noktaları paylaşılmaktadır. Konusunda uzman eğitimciler öğrencilere önlerindeki uzun iş hayatlarında başarılı olabilmeleri için "etkili iletişim" gibi genel hususların yanı sıra iş görüşmeleri için kendilerine önemli tüyoların verildiği bir içerik sunmakta ve TTNET'in faaliyet alanı üzerinde nasıl bir girişimci olabilecekleri konusunda başarı örnekleri anlatılmaktadır. Proje, şirketteki diğer departmanların da işbirliği ile Kurumsal Etkinlik Departmanı tarafından koordine edilmektedir. Şirketin gönüllü çalışanları üniversitelerde en son teknolojiler üzerine sunumlar yapmakta ve iş deneyimlerini paylaşmaktadırlar. Yapılan sunumların ardından profesyonel bir şirketin dış kaynak hizmeti olarak sağladığı iletişim becerileri eğitimi ve hafıza güçlendirme teknikleri, iş başvurularında mülakat teknikleri üzerine seminerler verilmektedir. Öğrenciler bu eğitimlerin sonrasında yaratıcı fikirlerini partner@ttnet.com.tr mail adresinden göndererek, Partner Ekosistem programına başvuruda bulunabilmektedirler.

10.





Projenin Adı
Başvuran Kuruluş

:Bir Gün Alzheimer Olursam
:Novartis Sağlık, Gıda ve Tarım Ürünleri San.
ve Tic. A.Ş.

Halkla İlişkiler Ajansı

:MESE İletişim Hizmetleri Danışmanlığı ve
Ticaret A.Ş.

Projenin Dönemi

:18-03-2010 - 21-09-2010

Proje Yetkilisi

:İpek Duman

Proje Özeti

"Bir Gün Alzheimer Olursam" projesi Türkiye Alzheimer Derneği ve Novartis ilaç firması işbirliğiyle 2 etap olarak düzenlenmiş ve bu projenin tüm iletişim faaliyetleri MESE İletişim Danışmanlığı tarafından yürütülmüştür. Proje kapsamında Alzheimer hastalığı hakkında ülke çapında farkındalık yaratılması ve hastalığın bilinirliğinin artırılması hedeflenmiştir. İlk etapta Ali Kırca, Ali Poyrazoğlu, Altan Erkekli, Berna Laçın, Feyyaz Uçar, Burhan Şeşen, Haşmet Babaoğlu, Erdoğan Aktaş, Feridun Düzağaç, Armağan Çağlayan ve Tümer Metin gibi sanat, medya ve spor dünyasından önemli isimlerden bir gün Alzheimer olmaları durumunda ailelerine ve sevdiklerine söyleyemeyecekleri duygularını şimdiden aktarmaları için bir mektup yazmaları istendi. Ünlü isimlerden alınan bu mektuplar 18 Mart 2010 tarihinde Yaşlılar Haftası kapsamında Cevahir Alışveriş Merkezi'nde sergilenmeye başlandı. Serginin lansmanı bir basın toplantısıyla Feridun Düzağaç ve Ali Poyrazoğlu'nun da katılımıyla Türkiye Alzheimer Derneği Başkanı Prof. Dr. Murat Emre'nin sözcülüğünde gerçekleşti. Projenin 2. etabında ise ünlü isimlerden alınan mektuplar kitap haline getirildi. Ayrıca hastalığın teşhis ve tedavisine dikkat çeken kitap ayrıçaları hazırlandı. 21 Eylül 2010 tarihinde olan Alzheimer Günü nedeniyle kitap ve ayrıçaların lansmanı Four Seasons Otel'de düzenlenen bir basın toplantısıyla gerçekleştirildi. Hazırlanan kitap ve ayrıçalar D&R mağazalarında ücretsiz olarak dağıtıldı.

10.





10.

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı

:Harekete Geç! Hikayeni Gönder
:Novartis Onkoloji
:Artı Değer Stratejik İletişim
Danışmanlığı Ltd. Şti.
:18-10-2010 - 31-12-2010
:Gülin Şeremet

Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

Novartis Onkoloji'nin katkıları ve Türkiye Meme Hastalıkları Dernekleri Federasyonu, T.C. Sağlık Bakanlığı Kansere Savaş Dairesi Başkanlığı ve Europa Donna Türkiye'nin (Türkiye Meme Hastalıkları Koalisyon Derneği)'nin destekleri ile meme kanseri konusuna kadınların dikkatini çekerek erken tanı ve teşhis için yönlendirmek, tanı almış hastaları da tedavileri konusunda cesaretlendirmek amacıyla "Harekete Geç! Hikayeni Gönder" isimli meme kanseri bilinçlendirme kampanyası geliştirilmiştir. Türk sinemasının değerli sanatçısı Selda Alkor meme kanserinin erken tanısı ve farkındalığına katkı sağlamak üzere kampanyanın yüzü olup, birinci seçilecek hikayenin sahibi ile akşam yemeği yiyerek kampanyaya gönüllü destek verecektir. Kendisi veya yakını meme kanseri yaşamış olanlar hikayelerini kampanya web sitesi olan www.hikayenigonder.com adresine veya posta yolu ile Europa Donna Türkiye adresine gönderdiler. 18 Ekim 2010 Pazartesi günü resmi olarak başlayan kampanyaya hikayeleri son gönderme günü 31 Aralık 2010'du. Gönderilen hikayeler Prof. Dr. Vahit Özmen (Meme Hastalıkları Dernekleri Federasyonu Başkanı) kampanya bilimsel kurul koordinatörlüğünde, Prof. Dr. Gökhan Demir (Medikal Onkolog), Prof. Dr. Nuran Beşe (Radyasyon Onkoloğu), Women's Health Dergisi Genel Yayın Yönetmeni Hande Tokmak ve Europa Donna Türkiye Başkanı Violet Aroyo tarafından katılım şartlarına uygun şekilde değerlendirilecek ve kampanyanın kazanan talihlileri 01 Şubat 2011 tarihinde web sitesinden duyurulacaktır.



AYGAZ

LOBBY
Uluslararası Halkla İlişkiler Tanıtım
Tatlım Organizasyon Hizmetleri A.Ş.

Projenin Adı

:İKSV İstanbul Uluslararası Tiyatro
Festivali Projesi

Başvuran Kuruluş

:Aygaz A.Ş.

Halkla İlişkiler Ajansı

:Lobby PR

Projenin Dönemi

:10-05-2010 - 10-06-2010

Proje Yetkilisi

:Devrim Çubukçu

Proje Özeti

Yarım asırlık iş tecrübemizle ekonomik kalkınmanın sosyal ve kültürel kalkınmadan bağımsız olmadığını biliyor, enerjimizle yaşama değer katmak için çalışıyoruz. Ürün ve hizmetlerini her gün yüz binlerce kişiye ulaştıran bir marka olarak, bireylere doğrudan faydalar sağlayan ve daha güzel bir gelecek hayali için ilham veren projelere destek oluyoruz. Bu bağlamda, yaşadığımız topraklarda kökleri binlerce yıl derinlere inen tiyatro sanatının hayallerimizi zenginleştirme ve yaşam enerjimizi arttırma gücüne inanıyoruz. İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın düzenlediği Tiyatro Festivali'nin yanı sıra, Koç Üniversitesi Sevgi Gönül Tiyatro Günleri'ne destek veriyor, bizzat tasarlayıp uyguladığımız Aycan Tiyatro Kumpanyası'nın Anadolu turneleriyle tiyatroyu çocuklar ve gençlerle yıllardır buluşturuyoruz. Bu gibi sosyal sorumluluk çalışmalarımızla, geçmişe sahip çıkmaya ve geleceğe yatırım yapmaya çalışıyoruz. Farklı kültürlerin aynı sahneyi paylaşarak yaratıcılığı nasıl beslediğini gösteren Uluslararası İstanbul Tiyatro Festivali, Asya'dan Avrupa'ya uzanan bir kültür köprüsü gibi, geçmişin değerlerini, çağdaş tiyatronun özgün örnekleriyle geleceğe taşımak için, 2010 yılında 17. kez perdelerini açarken Festival'e ortak olmanın heyecanını, kurumsal paydaşlarımızın önemli bir bölümünü yanımıza alarak 5. kez yaşadık. İstanbul Uluslararası Tiyatro Festivali sponsorluk yönetimimizi ülkemizin diğer markalarına örnek olması umuduyla Altın Pusula'ya aday gösteriyoruz.



10.

AKBANK

I M A G E
P U B L I C R E L A T I O N S

10.

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Exi26 Akbank Sonisphere Festivali
:AKBANK
:Image Halkla İlişkiler
:01-05-2010 - 27-06-2010
:Banu Harputlu

Akbank'ın 16-26 yaş arasındaki gençlere özel aktiviteler sunan bankacılık segmenti exi26, bu yıl 11 ülkede yapılan Sonisphere Festivali'ni 25-27 Haziran 2010 tarihlerinde İstanbul İnönü Stadyumu'nda gerçekleştirdi. 16-26 yaş grubu ağırlıklı olmak üzere, farklı yaş gruplarına da hitap eden, rock ve metal müziğin dev isimleri festival için Türkiye'ye geldi. "Big Four" (Metallica, Slayer, Megadeth, Anthrax) tarihte ilk kez bu festivalde aynı sahneyi paylaştı ve Sonisphere Festivali, exi26 marka bilinirliğinin desteklenmesine olumlu katkı sağladı.

Sponsorluk kapsamında yapılan çalışmalar;

- Exi26 kullanıcılarına indirimli bilet ve facebook sayfasında uygulamayı beğenen ve soruları doğru cevaplayan toplam 200 kişiye bilet hediye edildi.
- SMS ile başvuruda bulunanlara sürpriz hediyeler dağıtıldı.
- Başvuruda bulunanlara festivalde çalışma ve meet & greet hakkı sağlandı.
- Gençlerin kendilerini özgürce ifade edebildikleri bir open stage kuruldu.
- Outdoor, TV (tanıtım klipi), radyo spotu, gazete, dergi, internet reklam çalışmaları ve üye işyerlerinde poster çalışması yapıldı. Ayrıca köprü viyadükleri iletişim alanı olarak kullanıldı.
- 300 m2'lik Akbank Lounge'da 500 VIP davetli özel olarak açıldı.
- Festival alanındaki ödeme noktalarında Akbank kartlarına indirim sağlandı.

Ağırladığı dev gruplar, "Big Four" efsanesi, 3 günlük benzersiz atmosferi ve toplam 105.000 kişilik katılımıyla Sonisphere Festivali, 2010 yazının en çok konuşulan etkinliklerinden oldu.



AKBANK

Projenin Adı	:29. İstanbul Film Festivali
Başvuran Kuruluş	:Akbank
Halkla İlişkiler Ajansı	:-
Projenin Dönemi	:03-04-2010 - 18-04-2010
Proje Yetkilisi	:Banu Harputlu
Proje Özeti	

Akbank, sanata ve sanatçıya verdiği desteğin en iyi ifadelerinden biri olarak, 2004 yılından bu yana film camiasının kalbinin attığı Uluslararası İstanbul Film Festivali'nin sponsoru oldu. 3-18 Nisan 2010 tarihleri arasında düzenlenen organizasyon, bu yıl 29. yılını kutladı.

Akbank, çok geniş bir izleyici kitlesi tarafından ilgiyle takip edilen ve sunduğu farklı bakış açılarının yanı sıra zengin programıyla yepyeni dünyaların kapılarını açan festivalin çok önemli bir misyon üstlendiğini düşünmektedir. Sponsorluk kapsamında yapılan çalışmalar:

- Festival boyunca 6 sinema dersi ve söyleşi, 2 atölye çalışması, 2 parti ve festivale özel etkinlikler düzenlendi.
- Festivalin açılış partisi, Beyoğlu House Cafe'de yaklaşık 700 kişinin katılımıyla gerçekleşti.
- Atlas Sineması'nda 21.30 seanslarında düzenlenen 9 Akbank Galası ile en büyük ilgiyle beklenen filmler izleyiciyle buluştu.
- Akbank çalışanlarına, biletix iş ortaklığı ile ön satış gerçekleştirildi.
- Festival boyunca bilet satışında Akbank Axxess kart ile %20 indirim sağlandı.
- İstiklal Caddesi uygulamaları, diğer outdoor uygulamaları ve web bannerları ile farkındalık yaratıldı.
- Akbank Sanat basın merkezi olarak basına ev sahipliği yaptı.

İki hafta boyunca 7 sinemada, 495 seansta 218 filmin gösterildiği festivali yaklaşık 150 bin kişi izledi. İstanbul Film Festivali sponsorluğu, Akbank'ın sanatın ve sanatçının destekçisi bir marka olma algısına 6 yıldır olumlu bir şekilde katkıda bulunmaktadır.



10.

Projenin Adı	: "1400. Yılında Kuran-ı Kerim Sergisi"
Sponsorluğu	
Başvuran Kuruluş	: Yıldız Holding
Halkla İlişkiler Ajansı	: -
Projenin Dönemi	: 05-09-2010 - 31-01-2011
Proje Yetkilisi	: Zuhal Şeker
Proje Özeti	

Spor, kültür-sanat, eğitim, çevre, kısaca yaşamın her alanında toplum hayatına somut katkılar sağlamayı önemli bir görev olarak gören Yıldız Holding modern sanat başta olmak üzere, kültür- sanat alanında, topluma yararlı, kültür birikimini zenginleştirici projelerde yer alıyor. Holding, Kuran'ın indirilişinin 1400. Yılında, Türk İslam Eserleri Müzesi'nde açılan "1400.Yılında Kur'an Sergisi"ne sponsor oldu. Sergi, büyük bölümü ilk defa sergilenen el yazması Kuran-ı Kerim ve cüzlerinden oluştu. Holding'in desteği ile restorasyon ve konservasyon çalışmaları yapılan eserler, Antik A.Ş.'nin organizasyonu ve Türk ve İslam Eserleri Müzesi'nin uzman kadrosunun çalışmalarıyla gün ışığına çıkarıldı. Türkiye'de ilk, dünyada da sayılı sergiler arasında yer alan sergi, Kur'an'ın ilk nüshaları olarak kabul edilen 250 binyapraklık Şam Evrakı Koleksiyonu'nun nadir parçalarını içerdi. 5 Eylül 2010'da halkın ziyaretine de açılan sergi, 31 Ocak 2011'e kadar gezilebilecek. 250'yi aşkın eşsiz eserin görülebildiği sergi, Louvre, Metropoliten, British Museum ve Berlin Müzesi İslam Eserleri Bölümleri'nden ünlü uzmanları ağırladı.

Yıldız Holding, sergi için hazırlanan, satışından elde edilecek gelirin müzeye bağışlanacağı ve serginin ebedileştirilmesi anlamında bir ilk olacak katalogun da sponsorluğunu üstlendi. Bugüne kadar münferit olarak yayınlanan, bazıları ise hiç yayınlanmayan Kur'anlar ilk kez toplu olarak bu katalogta yer aldı.



Ağaoğlu
Yaşam Mimarı

Saydam
İletişim Etkinlik Yönetimi

Projenin Adı

:İstanbul Haritaları 1422-1922 Kitabı
Sponsorluğu

Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı

:Ağaoğlu Şirketler Grubu
:Saydam İletişim ve Etkinlik Hizmetleri A.Ş.

Projenin Dönemi

:15-10-2009 - 15-05-2010

Proje Yetkilisi

:Kerem Türkman

Proje Özeti

1422-1922 yılları arasında farklı dönemlerde çizilmiş İstanbul haritalarını haritalara ait dönemin seyyahlarının anılarıyla sunan ve İstanbul tarihinin 500 yıllık bir kesitini anlatan İstanbul Haritaları 1422-1922 adlı kitabın sponsorluğu Ağaoğlu tarafından üstlenilmiştir.

10.



AKBANK

I M A G E
P U B L I C R E L A T I O N S

10.

Projenin Adı	:Wings Bosphorus Sailing Fest
Başvuran Kuruluş	:Akbank
Halkla İlişkiler Ajansı	:Image Halkla İlişkiler
Projenin Dönemi	:01-05-2010 - 20-06-2010
Proje Yetkilisi	:Banu Harputlu
Proje Özeti	

Üç tarafı denizlerle çevrili ülkemizde yelken sporunu geliştirmek ve yelken camiasına destek olmak amacıyla Wings, 20 Haziran 2010 günü Wings Bosphorus Sailing Fest'i gerçekleştirdi. Bebek Parkı'nda gerçekleşen festivalde, Bebek Türkan Sabancı Parkı, 'Festival Köyü' olarak tasarlandı. Yelken ve sanat atölyeleri, çocuk aktiviteleri, satış standları, yiyecek ve içecek servisleri, müzik ve konser aktiviteleriyle festival karnaval havasında geçti.

Sponsorluk kapsamında yapılan ek çalışmalar;

- Tanıtım faaliyetlerinde billboard, sokak bez afişleri, posterler, elektrik direkleri ve üst geçitler kullanıldı.
 - wingssailingfest.com web sitesi üzerinden iletişim sağlandı.
 - Bebek Türkan Sabancı Parkı, Wings Bosphorus Sailing Fest logolu banner, bayrak ve benzer markalama çalışmalarıyla giydirildi.
 - Festival alanında Wings Card başvurusu toplandı ve ufak hediyeler armağan edildi.
 - CNN Türk'de yayınlanmak üzere TV tanıtım filmi, ulusal radyolar için ise radyo spotu hazırlandı.
 - Yarıştan bir sonraki hafta programın geniş özeti CNN Türk'de yayınlandı.
- Yarışa Türkiye'nin önde gelen yelkencileri büyük ilgi gösterdi. 68 tekne kayıt yaptırdı ve 506 yelkenci yarışta yer aldı. İstanbul'da bugüne dek düzenlenmiş en kapsamlı yelken etkinliği olan Wings Bosphorus Sailing Fest'e toplam yaklaşık 4.000 kişi katıldı, festival profesyonel ve amatör yelkencilerin yanı sıra, İstanbul halkına da unutulmaz bir gün yaşattı.





EXCEL İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI

10.

Projenin Adı	:Türk Futbol Milli Takımları Ana Sponsorluğu
Başvuran Kuruluş	:Ttnet
Halkla İlişkiler Ajansı	:Excel İletişim ve Danışmanlık
Projenin Dönemi	:01-01-2008 - 31-01-2013
Proje Yetkilisi	:Emirhan Avar
Proje Özeti	

TTNET olarak, sporu ve sporun evrensel değerlerini desteklemek ve Türkiye'yi dünyada başarılı temsil edecek dünya standartlarında sporcuların yetişmesine hizmet etmek stratejisiyle 2008 yılından itibaren "Türk Futbol Milli Takımları Ana Sponsoru" olarak yer almaktadır. Türk Futbol Milli Takımları Ana Sponsoru TTNET, başta A ve Ümit Milli Futbol Takımları olmak üzere genç, yıldız, minik, futsal, plaj ve bayan olmak üzere tüm millî futbol takımlarımıza desteğini sürdürürken, Türk Futbolu'nun gelişiminde yer almak ve katkı sağlamak amaçındadır.

Millî Takımlar'ı diğer sponsorluklardan ayıran en önemli nokta ise Türkiye'nin mozaikini yansıtan ve halkın bütününe yayılan bir taraftar çeşitliliği olmasıdır. TTNET Türkiye'nin her noktasına ulaşmak ve iletişimin her alanında hizmet sunmak olan marka vizyonu ile paralellik gösteren bu sponsorluk projemiz TTNET markasına değer katmaktadır. Sponsorluk İletişimi için her dönemde bilet kampanyaları, Millî Piyango izinli seyahat kampanyaları, reklam ve PR çalışmaları, saha içi ve dışı etkinlik çalışmaları ile de desteklenmektedir. Yakın dönemde 25 TTNET müşterisine A Millî Takım Euro 2012 ön eleme grubu maçı olan Almanya - Türkiye maçını Berlin'de izleme fırsatı sunarken 250 adet Millî Takım forması hediye edilmiştir.

Türkiye - Belçika maçında ise sosyal ağlar üzerinden 100 maç bileti dağıtılmıştır. Euro 2012 eleme grubu maçları döneminde "Millîlerle Herşey Mümkün" temasıyla reklam ve PR çalışmaları da başlatılmıştır.





YILDIZ HOLDING

Projenin Adı :FIBA Dünya Şampiyonası Sponsorluğu
Başvuran Kuruluş :Yıldız Holding
Halkla İlişkiler Ajansı :-
Projenin Dönemi :12-08-2010 - 13-09-2010
Proje Yetkilisi :Zuhal Şeker
Proje Özeti

Uzun yıllardır spora, basketbola destek veren bir kurum olan Yıldız Holding son olarak şimdiye kadar ülkemizde düzenlenen en büyük spor organizasyonu olan FIBA Dünya Şampiyonası'nı da sponsor olarak destekledi. Türk Basketbol Milli Takımının tarihi bir başarıya imza atarak Dünya 2. olduğu turnuvanın çerçevesinde geniş çaplı bir iletişim planı hayata geçirildi.

Güçlü ve yüksek bilinirliği olan bir müzik ile desteklenen, basketboldaki mutlu anları vurgulayan bir reklam kampanyası, kampanya paralelinde kurgulanan saha ve satış aktiviteleri ile turnuva öncesinden başlayan iletişim, turnuva süresince de devam etti; maçlar sırasında tribünde yapılan gerilla aktiviteler, maç öncesinde eğlenceli yarışmalar düzenlendi. Dünya Şampiyonası kapsamında Dünyanın farklı ülkelerinden gelen çocukları buluşturan Children of the World projesine verilen destek ile her türlü spor yatırımında odak noktasında tutulan çocuklara dokunma fırsatı yaratılarak farklılaşmak hedeflendi.

10.





Projenin Adı :Peugeot Sport Türkiye
Başvuran Kuruluş :Peugeot Otomotiv Pazarlama A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı :-
Projenin Dönemi :01-04-2010 - 31-12-2010
Proje Yetkilisi :Elçin Uğuzluoğlu
Proje Özeti

Eurosport Events tarafından düzenlenen Kıtalararası Ralli Şampiyonası'ndaki 8 yarışta tüm dünyadaki tek kadın ve Türk ekip olarak Peugeot Sport Türkiye adı altındaki Türk bayraklı otomobilin Burcu Çetinkaya ve Çiçek Güney pilotajında yarışması. Avrupa Ralli Şampiyonası İstanbul ayağında Peugeot Sport Türkiye adı altındaki Türk bayraklı otomobilin Burcu Çetinkaya ve Çiçek Güney pilotajında yarışması.

10.





Projenin Adı	:Acı Airport Exchange 2010, İstanbul
Başvuran Kuruluş	:TAV Havalimanları Holding
Halkla İlişkiler Ajansı	:-
Projenin Dönemi	:04-10-2010 - 06-10-2010
Proje Yetkilisi	:Bengi Vargül
Proje Özeti	

Dünya havacılık sektörü temsilcilerinin en önemli ortak platformlarından biri olan Uluslararası Havalimanları Konseyi (ACI)'nin ACI Europe ve ACI Asia/Pacific kolları ile TAV Havalimanları Holding'in ortaklaşa koordine ettiği ve Türkiye'de bugüne kadar gerçekleştirilmiş en büyük ve kapsamlı havacılık konulu organizasyon olan ACI Airport Exchange, ilk kez İstanbul'da yapıldı. 2010 yılının İstanbul Kültür Başkenti olması ve TAV Havalimanları Holding'in 10. Yılı kapsamında İstanbul'da gerçekleştirilmesi için büyük çaba sarf ettiği ve ana sponsorluğunu üstlenerek 4-6 Ekim 2010 tarihlerinde organize ettiği Airport Exchange, İstanbul Lütfi Kırdar Kongre Merkezi'nde Türkiye ve dünyadan 600'e yakın havacılık sektörü temsilcisinin katılımıyla gerçekleşti. Havacılık sektörünün en önemli fuarı olarak nitelendirilen Airport Exchange ile İstanbul'un tanıtımının hedeflenmesinin yanı sıra Türkiye'de havacılık sektörünün dünyaya göre hızla yükselen gelişimine dikkat çekilmesi amaçlandı. Anadolu Ateşi dans grubunun gösterisi ile başlayan açılış töreni sonrası iki gün boyunca sektörel fuar ve havacılıkla ilgili farklı alanlarda konferanslar düzenlendi. Çırağan Sarayı'nda gerçekleştirilen ve 700 katılımcıya özel olarak hazırlanmış İstanbul konseptli hediyelerin de sunulduğu gala yemeği ile sona eren ACI Airport Exchange 2010, basında yer alan haberlerle de sektörün en önemli organizasyonlarından biri olduğunu gösterdi.

10.





EXCEL İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI

Projenin Adı	:Iptv Forum
Başvuran Kuruluş	:Ttnet
Halkla İlişkiler Ajansı	:Excel İletişim ve Danışmanlık
Projenin Dönemi	:12-10-2010 - 13-10-2010
Proje Yetkilisi	:Emirhan Avar
Proje Özeti	

Informa Telecoms & Media tarafından her yıl farklı bir ülkede düzenlenen "IPTV Forum Doğu Avrupa ve Avrasya" bu yıl, etkinliğin "Stratejik Operatör Ortaklığı"nı üstlenen TTNET*'5fin katkılarıyla İstanbul*'5fda düzenlenmiştir.

Yurtiçi ve yurtdışından sektör profesyonellerini bir araya getiren ve IPTV konusunda lider uluslararası şirketlerden konuşmacıların yer aldığı Forum*'5fa,TTNET Genel Müdürü Sayın Tahsin Yılmaz konuşmacı olarak katılmıştır. Sayın Tahsin Yılmaz, yakınsama teknolojileri kapsamında kısa süre içerisinde büyük başarı yakalayan Tivibu deneyimini ve TTNET*'5fin yeni hizmeti IPTivibu*'5fnun özelliklerini katılımcılarla paylaşmıştır.

Farklı ülkelerden operatörler; teknoloji partnerleri ve içerik sağlayıcıların bir araya geldiği IPTV Forum*'5fda, Doğu Avrupa ve Türkiye*'5fde IPTV*'5fnin gelişimi, Hibrid IPTV*'5fnin gelişimi, TV stratejileri, IPTV*'5fde reklamın geleceği gibi konular değerlendirilmiştir.

Fuaye alanında kurulan TTNET standında, Tivibu ve IPTivibu*'5fnun tanıtım aktiviteleri gerçekleştirilmiştir.

Stand alanında yapılan IPTivibu demosu ise ziyaretçilerin ilgi odağı olmuştur.

10.





Projenin Adı :Anadolu Markaları
Başvuran Kuruluş :Finansbank
Halkla İlişkiler Ajansı :Grup 7 İletişim Danışmanlık
Projenin Dönemi :01-01-2008 - 01-12-2010
Proje Yetkilisi :Nurdan Akal - Nükhet Erbilek
Proje Özeti

Markaları Yarışması, Finansbank sponsorluğunda, Capital ve Ekonomist dergilerinin katkıları ile küresel dünyada önemi giderek artan markalaşma bilincini İstanbul dışındaki illerde yerleştirmek ve "marka olma" konusunu öne çıkarmak amacı ile gerçekleştiriliyor. Yarışma kapsamında, bu illerdeki markalaşma stratejileri ve marka olma yolunda ilerleyenlerin başarı öyküleri bir araya getirilerek ödüllendiriliyor.

Yarışmada, kurumsal ve ticari firmalar, "Büyük Şirketler" ve "Küçük İşletmeler" olmak üzere iki grupta değerlendiriliyor. "Büyük Şirketler" değerlendirilerek, "Ticaret, Tarım, Turizm ve İmalat" alt kategorilerinin her birinde en başarılı ilk 3 şirkete ödül veriliyor. İkinci grupta ise cirosu 10 milyon TL'ye kadar olan şirketler, "Küçük İşletmeler" kategorisinde yarışıyor. Bu şirketler içinden markalaşma yolunda başarılı performans sergileyen ilk 3'ü seçilerek ödüllendiriliyor.

Yarışma sonunda kendi sektörlerinde birinci olan firmalardan birer kişiye ve "Küçük İşletmeler" kategorisinden ilk 3 firmaya 'Marka Danışmanlığı' eğitimi veriliyor.

Yarışma kapsamında ayrıca hem yarışma ile ilgili bilgiler vermek hem de ekonomideki son gelişmeleri paylaşmak üzere çeşitli illerde tanıtım toplantıları düzenleniyor.

10.





YILDIZ HOLDING

Projenin Adı	:Bizim Mutfak "İstanbul Mutfakta" Kitap Sponsorluğu
Başvuran Kuruluş	:Yıldız Holding
Halkla İlişkiler Ajansı	:-
Projenin Dönemi	:01-02-2010 - 01-03-2010
Proje Yetkilisi	:Zuhal Şeker
Proje Özeti	Ülker'in mutfak konusunda uzman markası Bizim Mutfak, mutfakları olduğu kadar mutfak sanatına dair kitapları da zenginleştirmeyi hedefliyor. Bizim Mutfak, bu çerçevede Hande Bozdoğan ve Lale Apa tarafından kaleme alınan ve 30 ünlü yemek yazarının ve şefin 130 tarifinin yer aldığı "İstanbul Mutfakta" kitabına sponsor oldu. Bizim Mutfak sponsorluğunda yayınlanan "İstanbul Mutfakta" kitabının Fransızca versiyonu "İstanbul-Cuisine Contemporaine", her yıl, dünyanın dört bir yanında basılan yemek kitapları arasından en iyilerini seçmek amacıyla düzenlenen Gourmand World Cookbook Awards 2010 kapsamında "Jüri Özel Ödülü"ne layık görüldü. Kitap sponsorluğu'nun iletişimi iki bacaklı olarak gerçekleştirildi. Öncelikle Şubat 2010 tarihinde kitabın Gourmand World Cookbook Awards 2010 kapsamında kazandığı "Jüri Özel Ödülü" ile ilgili olarak bir bülten gönderimi gerçekleştirildi. Ardından, kitabın tanıtım gecesi, ünlü şef ve yemek yazarları, gazete yöneticileri, köşe yazarları, görevli basın ve ünlü davetlilerin katılımı ile 16 Mart 2010 tarihinde düzenlenen davetle gerçekleştirildi. Tanıtım gecesi kapsamında kitapta tarifi yer alan 30 şef hakkında bilginin ve tarifini verdiği yemeğin resminin yer aldığı tanıtım stantları hazırlandı ve şeflerin tariflerinden hazırlanan yemekler davetlilerin beğenisine sunuldu.

10.





YILDIZ HOLDING

Projenin Adı	: "Bugs Bunny ve arkadaşları ile Basket Show"
Başvuran Kuruluş	: Yıldız Holding
Halkla İlişkiler Ajansı	: -
Projenin Dönemi	: 03-02-2010 - 07-02-2010
Proje Yetkilisi	: Zuhal Şeker

Proje Özeti

Ülker Smartt çocukları mutlu edip gülümsetecek, hayatlarına neşe katacak, farklı anlarda karşılırlarına çıkıp bir hoşluk yaratacak deneyimler yaşatmayı hedefleniyor. Bu kapsamda gerçekleştirilen yarı yıl etkinliklerinde üçüncü yıla girildi. 2009 yılında "Bugs Bunny Buzda", 2010 yılında "Bugs Bunny ve arkadaşları ile Basket Show" etkinliğini düzenlendi.

2010 yılında Ülker Smartt'ın sponsorluğu ile Türkiye'ye gelen "Bugs Bunny ve Arkadaşları ile Basket Show" 3-7 Şubat 2010 tarihleri arasında Ankara, İzmir ve İstanbul'da 7 gösteri gerçekleştirdi.

Etkinlik ile ilgili aralık ayında ön basın bülteni servis edildi ve yarıyıl tatilinde gerçekleşecek projeden velilerin ve çocukların haberdar olması sağlandı. Etkinlik tarihi yaklaştıkça hatırlatma bültenleri gönderildi. Etkinliğin temsilcileri ile yazılı ve görsel basında röportajlar yapılması sağlandı.

FB Ülker-Erdemir maçı öncesinde Bugs Bunny, Tweety ve Sylvester ile Face Team üyelerinin Abdi İpekçi'yi ziyaret etmeleri sağlandı. Abdi İpekçi'de FB-Ülker oyuncularını ile fotoğraf alınıp, spor basınına servis edildi. İstanbul'daki gösteri öncesinde bir brunch düzenlenerek gazeteci ve ünlüler çocuklarıyla ağırlandı. Etkinlik gösterime girmeden önce, Bugs Bunny ve Arkadaşları ile Basket Show'un Ülker Smartt'ın sponsorluğu ile Türkiye'ye geldiği bilgisi tüm kamuoyuna renkli ve eğlenceli görüntülerle sunulmuş oldu.



10.

FINANSAL
HİZMETLER
VE YATIRIMCI
İLİŞKİLERİ

10.





medyaevi

10.

Projenin Adı
Başvuran Kuruluş
Halkla İlişkiler Ajansı
Projenin Dönemi
Proje Yetkilisi
Proje Özeti

:Akfen Holding Halka Arz İletişimi
:Akfen Holding ve Medyaevi İletişim
:Medyaevi İletişim Danışmanlığı
:01-03-2010 - 01-05-2010
:Deniz Bilecik/Selma Uz Kaplangı

Türkiye'nin önde gelen altyapı yatırım holdinglerinden biri olan Akfen Holding'in halka arz iletişimi sürecinde öncelikle Akfen Holding'in kurumsal resminin netleştirilmesine yönelik iletişim kurgulanmıştır.

Girdiği sektörlerde değer yaratan, odaklı ve dikkatli adımlarla sürdürülebilir büyüyen, "Akıllı Holding Akfen" ana mesajı çerçevesinde SPK yasakları dikkate alınarak, halka arz süreci boyunca talep toplama dönemine doğru artan, geniş ve itibarı yüksek medya yansımaları yaratacak 360 derece iletişim kurgulanmıştır.

Halka arz süreci öncesi kurumsal resmi netleştirmek amacıyla çıkış basın toplantısı ile iletişim süreci başlatılmıştır. Halka arz sırası süreçte basına ve basın kanalıyla kamuoyuna düzenli bilgi akışı sağlamak amacıyla, planlanan medya çalışmaları kapsamında özel röportaj ve bülten çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

Kamuoyu ve yatırımcı nezdinde Akfen Holding'in güçlü ve itibarlı yapısının bilinirliğini artırmaya yönelik olarak Holding iştiraklerinin iletişim fırsatları etkin yönetilmiştir.

Yurtiçi ve yurtdışı roadshowlar sırasında medya çalışmaları yürütülmüş, talep toplama döneminde İstanbul Atatürk Havalimanı'nda kurulan standlarla bilgilendirme yapılmış, Halka Arz Seferberliği Zirvesi'nde kurum lideri Hamdi Akın sözcülük üstlenmiştir. Gong Töreni ve sonrasında devam eden halka arz iletişim çalışmaları, kurumsal iletişim ve yatırımcı ilişkileri odağında sürdürülmektedir.





Projenin Adı	:Yatırımcıyı Bilgilendirme Projesi
Başvuran Kuruluş	:Sermaye Piyasası Kurulu
Halkla İlişkiler Ajansı	:-
Projenin Dönemi	:30-06-2010 - 19-01-2011
Proje Yetkilisi	:Aydın Haskebabcı
Proje Özeti	

Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) sermaye piyasasının güven, açıklık ve kararlılık içinde çalışmasını ve tasarruf sahiplerinin yani yatırımcıların hak ve yararlarının korunmasını amaç edinmiştir. Gelişmekte olan internet kullanımından da faydalanarak, yatırımcıların bilgilendirilmesini sağlamak amacıyla Kurulumuz tarafından <http://www.yatirimyapiyorum.gov.tr/?submenuheader=null> adı altında yeni bir internet sitesi hazırlanmış olup, 19 Ocak 2011 tarihinden itibaren ilgililerin kullanımına açılmıştır. Söz konusu sitenin geliştirilmesi ile ilgili çalışmalar halen devam etmektedir.

Söz konusu internet sitesi hazırlanırken yatırımcılara piyasalar hakkında özel bilgi desteği verilmesi amaçlanmaktadır. Bu çerçevede yatırım araçları, yatırım yaparken dikkat edilmesi gereken konular, yatırımcı olarak sahip oldukları haklar ve izinsiz halka arz ve sermaye piyasası faaliyetleri hakkında bilgilencmeleri hedeflenmektedir. Bu arada, hesaplayıcılar yardımı ile de yatırımcıların basit borç, sermaye artırım gibi hesaplamalarını kendilerinin yapabilmesi sağlanmıştır. Bunlar dışında yatırımcıları bilgilendirmek amacıyla konuyla ilgili uzman kişilerce kaleme alınan bazı makalelere yer verilmiştir. Ayrıca gerek yatırımcıların gerekse ilgili diğer kesimlerin kullanımı için Sermaye Piyasası Sözlüğü de internet sitesine eklenmiştir.

10.



MEDYA İLİŞKİLERİ

10.

altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ



Projenin Adı	: "10. Yıl" Kampanyası
Başvuran Kuruluş	: TAV Havalimanları Holding
Halkla İlişkiler Ajansı	: -
Projenin Dönemi	: 01-01-2010 - 31-12-2010
Proje Yetkilisi	: Bengi Vargül
Proje Özeti	

Havalimanı işletmeciliğinin dünya markası TAV Havalimanları, 2010 yılında kuruluşunun 10. yılını kutladı. TAV Havalimanları bu çerçevede bütünlüklük bir iletişim stratejisi ile hareket etti. 2010 itibarıyla gerçekleştirdiği "10 yılda 10 havalimanı" hedefine uygun olarak tasarlanan özel logosundan, reklam kampanyasına, iç iletişim araçları ve etkinliklerine, tüm faaliyetleri medya ilişkileri ekseninden yöneterek TAV Havalimanları, "10. Yıl" iletişim çalışmalarını faaliyette olduğu tüm coğrafyalarda gerçekleştirdi. Bu çerçevede Türkiye'de ulusal medyaya yönelik ekonomi müdürlerinin katılım gösterdiği özel toplantı, etkinlikler sırasında ulusal ve sektörel medyadan ekonomi, magazin ve istihbarat birimlerinde görevli basın mensuplarının ağırlanması, uluslararası platformda Gürcistan, Tunus ve Makedonya'da etkinlik ve paralel olarak gerçekleşen basın toplantıları organize edildi. Tüm bunlara ek olarak lider iletişimi ile ulusal gazete ve TV'lerde planlama dâhilinde özel bir ajandayla özel haber çalışmaları gerçekleştirildi. "10. Yıl" reklam kampanyasına istinaden tüm faaliyetlere ek olarak kampanya iletişimi de yapıldı. İletişim çalışmalarıyla reklam kampanyasını etkisi bütçe oranında artırıldı. Medya ilişkileri çalışmalarıyla Türkiye genelinde 34.346.607 erişim, 23.206.590 net etki elde edildi. Uluslararası platformda kamuoyu nezdinde itibar puanlamasında önemli oranda artış sağlandı. Çalışmalar çalışan memnuniyetinde de %8 oranında iyileştirme sağladı.

10.





Projenin Adı	:BODY WORLDS Orijinal Vücut Dünyası Sergisi
Başvuran Kuruluş	:Grup 7 İletişim Danışmanlığı
Halkla İlişkiler Ajansı	:Grup 7 İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi	:01-06-2010 - 30-09-2010
Proje Yetkilisi	:Çiğdem Berberoğlu
Proje Özeti	

Dünyaca ünlü BODY WORLDS Orijinal Vücut Dünyası Sergisi-Yaşam Döngüsü, 2010 Avrupa Kültür Başkenti etkinlikleri kapsamında, THEPARTNERS ve serginin bilimsel ve tıbbi danışmanlığını yapan İstanbul Üniversitesi işbirliğiyle 11 Haziran 2010 tarihinde İstanbul Antrepo 3'te açıldı. Grup 7 serginin lansman çalışmaları kapsamında, 01 Haziran - 30 Eylül 2010 tarihleri arasında serginin medya ilişkilerini yürüttü.

Alman bilim adamı ve anatomist Dr. Gunther von Hagens tarafından "plastinasyon" denilen bir yöntem ile çürümez hale getirilen 200'den fazla insan bedeni parçasının sergilendiği BODY WORLDS, ilk 6 ayda 250 bin ziyaretçiye ulaştı. 17 Aralık 2010 tarihinde bitmesi planlanan sergi, yoğun talep üzerine 27 Mart 2011 tarihine kadar uzatıldı.

Serginin iletişim stratejisi, BODY WORLDS'ün sanatsal değil, tıbbi bir sergi olduğu gerçeği üzerine konumlandırıldı. İlk defa bir Müslüman ülkede sergilenecek olan bu sergi ile ilgili kriz alanları önceden belirlenerek, bunlara yönelik iletişim çalışmaları gerçekleştirildi. Haber çalışmaları, serginin bilinirliğini artırmak amacıyla hastalık iletişimi, ünlü isimlerin ziyaretleri ve etkinliklerin iletişimi ile zenginleştirildi.

BODY WORLDS sergisinin iletişim çalışmaları kapsamında gerçekleştirilen basın toplantıları, VIP etkinlikler, bültenler ve özel haber çalışmaları sonucunda 01 Haziran - 30 Eylül 2010 tarihleri arasındaki 4 aylık dönemde yazılı ve görsel basında 500'ün üzerinde haber yansımalarına ulaşıldı.



10.



EXCEL İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI

10.

Projenin Adı	:Spor Kulüpleri İnternet Hizmeti Basın Lansmanı
Başvuran Kuruluş	:Ttnet
Halkla İlişkiler Ajansı	:Excel İletişim ve Danışmanlık
Projenin Dönemi	:30-11-2010 - 30-11-2010
Proje Yetkilisi	:Selim Zeytinoğlu
Proje Özeti	"TTNET'le Her Şey Mümkün" diyerek başlattığı yeni dönemde iletişim teknolojilerinin üç temel unsuru olan internet, televizyon ve telefonu sahiplenen TTNET, toplumsal sorumluluğa hizmet eden projeleri de hayata geçirmenin bilinciyle çok sayıda yeni hizmet ve projeyi de hayata geçirmektedir. TTNET bu kapsamda; spor kulüplerinin taraftarlarına özel internet hizmetini tüm tüketicilerin hizmetine sunmaya başlamıştır. TTNET, yeni proje ile futbol kulüplerine yeni bir gelir modeli oluşturmuştur. Bu yeni hizmet ile hem spor kulüplerine ek gelir sağlanması, hem de taraftarlara çeşitli avantajlar sunulması hedeflenmiştir. Taraftarların kendi kulüplerinin adına internet paketi alabilecekleri bir gelir paylaşımı modeli esasına dayanan bu projeyle tüketiciler, taraftarı oldukları takımlarının başarılarına katkı sağlayabilmektedirler. Bu proje, Ulaştırma Bakanı Binali Yıldırım'ın yanı sıra Beşiktaş Jimnastik Kulübü Başkanı Yıldırım Demirören, Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanı Aziz Yıldırım, Galatasaray Spor Kulübü Başkanı Adnan Polat ve Trabzonspor Kulübü Başkanı Sadri Şener'in katıldığı basın toplantısıyla kamuoyuna tanıtılmıştır. 80 mecradan 150 basın mensubunun takip ettiği basın toplantısı, ülkemizin dört büyük spor kulübü başkanını da bir basın toplantısı çerçevesinde bir araya getirmiştir. Toplantı sonucunda hedef mecralarda hedef mecralarda toplam 158 haber yansımaları elde edilmiştir.



Marshall

Capitol *Ogilvy* Public Relations Worldwide

Projenin Adı	:Marshall Osmanlı Renkleri Koleksiyonu Lansmanı
Başvuran Kuruluş	:AkzoNobel Marshall Boya
Halkla İlişkiler Ajansı	:Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide
Projenin Dönemi	:15-04-2010 - 17-01-2011
Proje Yetkilisi	:Betül Değirmenci

Proje Özeti

Konu: Türk tüketicisi yaşam alanlarında daha çok açık tonda renkleri ağırlıklı olarak da beyazı tercih ediyor; renkten kaçınıyor.

Amaç: Hayatın içindeki renklerin yaşam alanlarında da kullanılabileceğinin ve boyanın temizlikten öte yaşanan alanı tamamen değiştirebilecek dekorasyon aracı olduğunun altının çizilmesi.

Proje: Marshall Osmanlı Renkleri Koleksiyonu oluşturmak için Osmanlı Sanat Tarihi Uzmanı ve Dekoratör Serdar Gülgün ile bir işbirliği gerçekleştirildi.

Marshall Osmanlı Renkleri Koleksiyonu, "Lokum, Akide, Şerbet ve Kahve" olmak üzere renk ya da tat olarak ifade edilebilecek 4 ana temadan oluşuyor. Temalar, hem asırlara meydan okuyup bugüne gelmiş lezzetler hem de Osmanlı deyince dünyada ilk akla gelen ve Osmanlı ile tüm dünyaya yayılmış tatlar olmasından yola çıkılarak hazırlandı. Koleksiyonda, Çintemani, Kündekari, Balık Pulu, Zencirek, Nar, Lale ve Karanfil gibi Osmanlı motifleri boyanabilir duvar desenleri olarak bulunuyor.

Proje için tanıtım kitabı ve kataloglar hazırlandı. Köşe yazarları, iş ortakları, sanatçılardan oluşan renkli bir topluluğa Serdar Gülgün'ün evi-Macar Feyzullah Paşa Köşkü'nde özel bir tanıtım daveti yapıldı.15 Nisan 2010 tarihinde gerçekleşen basın toplantısı sonrasında 22 günlük yayında özellikle lifestyle eklerde görselli haber yansımaları alındı. Tanıtım davetine katılan köşe yazarları Serpil Yılmaz, Yazgüül Aldoğan ve Meliha Okur koleksiyonu köşelerinden duyurdu.



10.



Projenin Adı :Ford Otosan 50'nci Yıl Medya İletişimi
Başvuran Kuruluş :Ford Otosan
Halkla İlişkiler Ajansı :Mese İletişim ve Danışmanlık
Projenin Dönemi :01-03-2010 - 15-07-2010
Proje Yetkilisi :Nursel Ölmez Ateş
Proje Özeti
Ford Otosan'ın 50'nci kuruluş yıldönümü vesilesiyle gerçekleştirilen medya çalışmaları.

10.



sanofi aventis

Esas olan sağlıktır.

AKADEMİKA®

medyaevi

Projenin Adı :Akademika
Başvuran Kuruluş :Sanofi-aventis Ltd. Şti.
Halkla İlişkiler Ajansı :Medyaevi İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi :07-05-2009 - 07-02-2011
Proje Yetkilisi :Nurşah Ömeroğlu

Proje Özeti

Bir halkla iletişim programıyla, iş hedefleriyle uyumlu konulara odaklanmaktan başka hangi yolla daha iyi sonuç alınabilir? İşte sanofi-aventis bu sorunun cevabını ülke sınırlarını aşan başarısıyla kanıtladı. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de klinik çalışmalarıyla bilime yön veren sanofi-aventis bu uzmanlığını Türk sağlık profesyonellerinin hizmetine sundu. Ar-Ge’nin olmazsa olmazlarını, üniversite, endüstri ve kamuyu, bir araya getiren sanofi-aventis iyi klinik uygulamalar eğitim programı AkademiKA ile önde gelen bir araştırmacı ilaç şirketi olarak kurumsal imajını sürdürme hedefine de ulaştı. Sanofi-aventis, üniversitelerle el ele vererek, hekimlerin ve bölgede farklı kesimlerde görev yapan sağlık mesleği mensuplarının yetkinliklerini artıran bir halkla iletişim programıyla, Türkiye’de klinik araştırma sektörünü etkin bir şekilde açmış oldu.

10.

altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ



ULUSLARARASI PROJE

10.

 **altınpusula** 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ





Projenin Adı :Children of the World 2010
Başvuran Kuruluş :Türkiye Basketbol Federasyonu
Halkla İlişkiler Ajansı :-
Projenin Dönemi :24-08-2010 - 31-08-2010
Proje Yetkilisi :Dr. Emir Turam

Proje Özeti

TBF'nin ev sahipliğinde gerçekleştirilen bu proje ile Zimbabve'den Jamaika'ya 106 ülkeden, 13-14 yaşlarında 300'den fazla çocuk (her ülkeden bir kız, bir erkek olmak üzere) ve koçları İstanbul'da buluştular ve bir hafta süresince hayatları boyunca unutamayacakları bir tecrübe edindiler.

Kapsam ve katılımcı ülke sayısı dikkate alındığında bir ilk olan bu proje ile sporun evrensel dili ve kültürler arası diyalogun önemi çok güçlü bir şekilde vurgulandı.

2010 Dünya Basketbol Şampiyonası'nın da bir parçası olan COW 2010 katılımcıları, alanında etkin yabancı ve Türk koçlardan aldıkları temel basketbol eğitiminin yanı sıra farklı kültürler tanıma fırsatını da yakalamış oldular.

Yaklaşık 77 farklı dilin konuşulduğu kamp süresince yaşananlar ve proje hakkında daha detaylı bilgileri proje kitabımızda ve filmimizde görebilirsiniz.

10.





Capitol *Ogilvy* Public Relations Worldwide

Projenin Adı :Henkel Innovation Challenge
Başvuran Kuruluş :Türk Henkel A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı :Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide
Projenin Dönemi :21-01-2011 - 21-01-2011
Proje Yetkilisi :Hande Ardane / Ayça Gürkol
Proje Özeti
Henkel, gençleri yenilikçiliğe ve yaratıcılığa teşvik etmek ve genç beyin gücü için uluslararası alanda yeni iş fırsatları yaratmak amacıyla son üç yıldır “Henkel Innovation Challenge” adında inovasyon ile ilgili bir iş simülasyonu oyunu düzenliyor.Yarışmaya 2010 yılında aralarında Türkiye’nin de bulunduğu 12 ülkeden yüzlerce ekip katıldı.Uluslararası fikir yarışmasında öğrenciler,“Çamaşır ve Ev Bakımı” veya “Kozmetik/ Kişisel Bakım” kategorilerinde,Henkel markası için 2050 yılına ait yaratıcı konseptleri ile mücadele verdi.Müsabaka süresince Henkel’in mentorları tarafından desteklenen ekiplere değerli geribildirimler de sağlandı.Yarışma,Facebook ve Twitter üzerinden takip edildi.Her ülkede yapılan elemelerin ardından,Amsterdam’da gerçekleştirilen finalde ekipler yaratıcı fikirlerini Henkel yöneticilerinden oluşan bir jüriye sundu. Henkel İnovasyon Yarışması için gençler,“zor bir görev olmasına rağmen, aynı zamanda yaratıcılığımızı geliştirmek, üniversitede kazandığımız bilgileri denemek ve uluslararası bağlar kurmak için bir fırsat” değerlendirmesini yapıyor. Yarışma Henkel’e Avrupa çapında binlerce genç yeteneğe ulaşma, gençlere ise Henkel yöneticileri ile tanışıp, yarışma boyunca onlardan mentörlük desteği almak ve CEO Kasper Rorsted ile şahsen görüşmek gibi bir deneyim yaşama fırsatı sunuyor.

10.





Capitol *Ogilvy* Public Relations Worldwide

Projenin Adı :Henkel Art Award
Başvuran Kuruluş :Türk Henkel A.Ş.
Halkla İlişkiler Ajansı :Capitol Ogilvy Public Relations Worldwide
Projenin Dönemi :01-01-2010 - 24-01-2011
Proje Yetkilisi :Hande Ardane / Ayça Gürkol
Proje Özeti

Orta ve Doğu Avrupa ile Orta Asya Bölgesinin en kapsamlı sanat teşvik ödülü olan Henkel Art.Award, 2010 yılında dokuzuncu kez düzenlendi. Henkel'in, farklı bölgelerdeki ülkeler arasında kültürel ilişkilerin güçlenmesine destek olmak amacıyla düzenlediği Henkel Art Award yarışmasına Türkiye'nin de aralarında olduğu 31 ülke katıldı. Sanatçıların resim, çizim, fotoğraf, video ve enstalasyon alanlarındaki eserleri ile başvurdıkları yarışmada Türkiye'yi Berk Asal, Esra Sağlık ve Özlem Sulak temsil etti. Yarışmanın birincisi Polonyalı genç sanatçı Maksymilian Cie•5flak, 7000 euro'luk para ödülünü Viyana'da düzenlenen törende aldı. Henkel CEE'nin KulturKontakt Avusturya işbirliği ile Orta ve Doğu Avrupa bölgesinden genç sanatçılara verdiği 2.000 euroluk ödülün de yer aldığı Henkel Art.Award Teşvik Ödülleri de törende sahibini buldu. Teşvik ödülleri kazanan sanatçılar, KulturKontakt Avusturya'nın Ülkede Yaşayan Sanatçılar Programı'nın katılımcıları arasından seçildi. Art.Award 2010'nun birincisi, Henkel ve Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig (MUMOK) işbirliği ile kendi ülkesinde ve Viyana MUMOK'ta kişisel bir sergi açma imkanı elde etti. Bu arada yarışmanın 2009 yılı birincisi Bosna'lı Mladen Miljanovic'in Viyana'da, MUMOK'ta açtığı, odak noktasında Doğu Avrupa'da üretilen Zastava model otomobilin yer aldığı sergi büyük ilgi gördü. Yarışmanın Türkiye birincisi Özlem Sulak da, uluslar arası finale kalan son 5 finalistten biri oldu.

10.



KATEGORİ DIŞI PROJELER

10.





Projenin Adı	:Hüsamettin Koçan Baksı Kültür ve Sanat Vakfı, Baksı Müzesi
Başvuran Kuruluş	:Grup 7 İletişim Danışmanlığı
Halkla İlişkiler Ajansı	:Grup 7 İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi	:01-02-2000 - 31-12-2010
Proje Yetkilisi	:Anna Turay

Proje Özeti

Bayburt doğumlu sanatçı ve eğitimci Hüsamettin Koçan'ın bireysel düşü olarak 2000 yılında filizlenen, başta sanatçılar olmak üzere çok sayıda gönüllünün katkısıyla yıllar içinde gerçek bir toplumsal bir projeye dönüşen Baksı Müzesi 10 yıllık zorlu bir serüvenin sonunda 2010 yılında kapılarını Bayburtlulara ve sanatseverlere açtı. Baksı Müzesi'nde, geniş bir halk resimleri koleksiyonu, yerel el sanatlarını yansıtan özgün örnekler ve nitelikli bir çağdaş sanat koleksiyonu bir arada yer alıyor. Müze, sürekli sergileme bölümleri, dönemsel sergi mekânları, konferans salonu, kütüphane, konuk evleri ve atölyelerle 30 bin metrekaresel bir alana yayılıyor.

Doğu Karadeniz'de, Bayburt'un 45 km dışında, Bayraktar Köyü'nde, Çoruh Vadisi'ne bakan bir tepenin üzerinde kurulan Baksı Müzesi, çağdaş sanat ve geleneksel el sanatlarına aynı çatı altında yan yana, iç içe yer vererek sanatı yaşamla buluşturmak için yola çıkıyor. Müze bir yandan sanatı topluma, sanatçıyı doğayla bütünleştirirken, bir yandan Türkiye'nin en yoğun göç veren bölgelerinden biri olan Bayburt'a yaşam soluğunu sanatla yeniden kazandırmayı, bölgenin ekonomik yaşamını canlandırmayı hedefliyor. Grup 7 İletişim Danışmanlığı, kültür ve sanata destek verme misyonu ile Baksı Müzesi'nin kuruluş fikir aşamasından, müzenin kurulumuna katkı sağlayan sergilerin iletişimine, 2010 yılında gerçekleştirilen açılış etkinliklerine tüm süreçte gönüllü olarak iletişim danışmanlığı hizmeti verdi. Çalışmalar halen devam etmektedir.



10.



strateji

Projenin Adı	:FIBA 2010 Dünya Şampiyonası Stratejik İletişim Danışmanlığı
Başvuran Kuruluş	:Türkiye Basketbol Federasyonu
Halkla İlişkiler Ajansı	:Strateji Tanıtım
Projenin Dönemi	:01-12-2009 - 30-09-2010
Proje Yetkilisi	:Asime Tansöker
Proje Özeti	Türkiye'nin bugüne dek ev sahipliği yaptığı en büyük, dünyanın ise en değerli üç spor organizasyonundan birisi olarak kabul edilen 2010 FIBA Dünya Şampiyonası 28 Ağustos - 12 Eylül 2010 tarihleri arasında İstanbul, Ankara, İzmir ve Kayseri olmak üzere dört ayrı şehirde gerçekleştirilmiştir. FIBA, Türkiye Basketbol Federasyonu ve 2010 Organizasyon Komitesi tarafından organize edilen Şampiyona ile ilgili; 15 Aralık 2009'daki kura çekimi ile başlayan ve 12 Eylül 2010'daki kapanış partisi ile sona eren süreç boyunca; Strateji Tanıtım tarafından, kamuoyunun bilgilendirilmesi, katılımın özendirilmesi ve Şampiyona'nın ev sahipliği bilincinin artırılması konularında stratejik iletişim ve medya ilişkileri çalışmaları yürütülmüş, aktiviteler planlanmış ve organizasyonlar gerçekleştirilmiştir. Tüm bu çalışmalar boyunca Şampiyona'nın öneminin yanı sıra ülke ekonomisine ve tanıtımına katkısının altı çizilmiştir. Şampiyona'nın maskotu BASCAT'ın tanıtım faaliyetlerinin yanı sıra, gerek kura çekimi için gerekse FIBA Dünya Kongresi kapsamında Türkiye'ye gelen FIBA delegelerinin onuruna düzenlenen organizasyonlar, dünya televizyonlarının eşzamanlı olarak canlı yayınlanan açılış ve kapanış şölenlerinin iletişimi yapılmıştır. Yürütülen tüm bu çalışmalar sonrasında basketbola olan ilgi yüksek seviyelere çıkmış, FIBA yöneticileri tarafından verilen mesajlarda da Türkiye'nin dünya basketbol şampiyonaları için yeni bir benchmark yaratarak, çitayı yükselttiği vurgulanmıştır.



10.



Projenin Adı :Organikanyon
Başvuran Kuruluş :Kanyon
Halkla İlişkiler Ajansı :Pro İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi :11-06-2010 - Devam Ediyor.
Proje Yetkilisi :Felis Hananel
Proje Özeti

Her Cuma 10.00 - 20.00 saatleri arasında kurulan ORGANİKANYON; yiyecekten, kıyafete, kozmetikten, temizlik ürününe kadar her türlü organik gıda ve ürünün bulunduğu bir yaşam alanı. "ORGANİKANYON"daki tüm ürünler, organik sertifikalı ya da geldiği yer belli olan, üretildiği bölgedeki sosyo-ekonomik koşullara olumlu katkı sağlayan ve hikâyesi olan ürünler arasından seçiliyor. ORGANİKANYON, alışverişin yanı sıra, ekolojik yaşam alternatiflerinin de deneyimlendiği, bu yaşam tarzına dair detaylı bilgilerin edinilebildiği bir yer olarak hizmet veriyor.

10.





Projenin Adı	: Akıllı Sanayi Projesi
Başvuran Kuruluş	: Gaziantep Sanayi Odası
Halkla İlişkiler Ajansı	: Mark&Mark İletişim Danışmanlığı
Projenin Dönemi	: 08-07-2009 - 08-03-2011
Proje Yetkilisi	: Kürşat Göncü

Proje Özeti

Akıllı Sanayi Projesi; Gaziantep Sanayi Odası'nın üyeleri, Gaziantep halkı ve Türkiye kamuoyu nezdinde kurumsal itibarını güçlendirme, iletişimini sürekli kılmak ve GSO'nun karar süreçlerindeki etkinliğini artırmak amacıyla 2009 yılında geliştirdiği, entegre bir iletişim ve yönetim projesidir. Projeyle, Gaziantep sanayisinin yatırım sürecinden başlayıp, planlama, üretim, pazarlama ve satış sürecinin bütününde gerçekçi, ve akılcı bir strateji izlemesi, bu sayede markalaşma, inovasyon ve arge süreçlerinin bütünsel bir yaklaşımla ele alınıp; sanayinin yapısal oluşumunda ve gelişiminde entelektüel aklın ve bilgi yönetiminin öne çıkması ve şehrin rekabet gücünün artırılması hedeflenmiştir. 'Akılla bin yaşa' sloganıyla hayata geçirilen Akıllı Sanayi Projesi; konusu ve yaklaşımı açısından, alanında ilk ve tek proje olup, değişik kurumlar tarafından atıf yapılan, örnek alınan, özgün bir proje haline gelmiştir. Toplam 120.000 TL bütçeye sahip proje, çeşitli iletişim etkinlikleri ile sürekli gündemde tutulmuştur. Projenin paydaşlarıyla güçlü bir iletişim kurularak ortak toplantı ve etkinlikler düzenlenmiştir. Projenin mesajları yerel-ulusal, yazılı, görsel, işitsel, açık hava, dijiboard ve elektronik medya kanalları etkin bir şekilde kullanılarak tüm hedef kitleye planlı bir şekilde iletilmiştir. Proje kapsamında gerçekleştirilen tüm iletişim etkinlikleri bilimsel yöntemlerle ölçümlenmiş, öngörülen hedeflerde ve somut beklentilerde % 90'ı aşan bir başarı oranı yakalanmıştır.

10.



GENÇ İLETİŞİMCİLER

10.

altınpusula 10. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ





Proje
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi
Proje Dönemi
Proje Özeti

: "Dijital Duygular" Gerçek Olursa!
: İstanbul Kültür Üniversitesi
: Doç. Dr. Işıl Zeybek
: Yakup Sağıroğlu, Mustafa Deniz
: 2010 - 2011

Telekomünikasyon uygulamaları hayatın büyük bir bölümünde yer etmesiyle tüketici alışkanlıkları da her geçen gün değişmektedir. Sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte markalar da itibar yönetimlerini, tüketici ile ilişkilerini, ürün tanıtımlarını, eğlence temelli organizasyonlarını ve daha birçok halkla ilişkiler yöntemlerini uygulamaktadırlar. Halkla ilişkiler yöntem ve tekniklerinin yeni bir sunum yeri olarak temellenmesi sosyal medyanın önemini ortaya koymaktadır. bir marka hayal edin ve tüketicileriyle ilişkilerini sosyal medya üzerinden yürüttüklerini ve marka tüketici arasında duygusal bir bağ kurmakta. Marka bağlılığı yaratma da önemli rol oynayan sosyal medya çalışması.

10.



Proje Adı : 'Şapkalı Â'
Başvuran Üniversite : Anadolu Üniversitesi
Proje Danışmanı : Arş. Grv. Emrah Gülmez
Proje Ekibi : Ertuğrul Taşlık, Murat Özmutlu
Onur Karakaya, Yiğit Kılıç
Proje Dönemi : 2010-2011

Proje Özeti

Analiz: Güvenli cinselliği sağlamada temel araçlardan biri olan kondom kullanımı ile ilgili Cinsel Eğitim Tedavi ve Araştırma Derneği'nin (CETAD) ve Sağlık Bakanlığı'nın yaptığı araştırmalarda oldukça çarpıcı sonuçlar elde edilmiştir. Bu araştırmalara göre özellikle gençlerde kondom kullanımı çok azdır. Gençler; kondom kullanımı, cinsel sağlık konuları hakkında yeterli bilgiye sahip değildir.

Proje Amacı: Cinsel sağlığın korunmasına ve kondom kullanımının önemine dikkat çekmek bu anlamda hedef kitleyi bilinçlendirmek.

Okey ve Sosyal Ağlar: Lise ve üniversitede okuyan gençler, vakitlerinin büyük kısmını sosyal ağlarda harcamaktadırlar. Facebook, twitter, friendfeed gibi sosyal ağlarda aktif bir şekilde tepki gösteren, eleştiren, sorgulayan gençler; sosyal konularda duyarlı bir davranış sergilemektedirler. Hayatlarının en önemli dönemlerinde cinsellik konusunda gençlere ulaşabilmek için proje çerçevesinde 'Okey' markasını kondom kullanımıyla birleştirmek hedeflenmektedir.

10.





Proje Adı : "Gökyüzüne Kanatsız Yolculuk" Projesi
Başvuran Üniversite : Ege Üniversitesi
Proje Danışmanı : Araş. Gör. Mikail Bat
Proje Ekibi : Cevdet Yavuz, İlyas Özdemir
Yusuf Baştürk
Proje Dönemi : 2010-2011

Proje Özeti

Geçmişten beri insanlar yaşadıkları dünyayı ve evreni anlamaya, onu çözmeye çalışmışlar ve bu sebepten dolayı birçok bilim dalı ortaya çıkmıştır. Bu bilim dallarından bir tanesi de uzay bilimidir. Uzay bilimi ile üzerinde yaşamakta olduğumuz dünyanın ve evrenin büyüklüğü ve gizemi karşısında hayretlere düşecek yeni bilgiler keşfedilmektedir. Uzay bilimi, evren ile araştırmalarının birçoğunu gözlemleri sayesinde gerçekleştirmektedir ve günümüzde hala amatörlerin önemli roller oynayabileceği pek az bilimden biridir. Gerekli bilininin sağlanması sonucu gözlem evleri de ziyaretçiler tarafından hak ettiği ilgiyi kazanacaktır.

Ülkemizde 7, İzmir'de ise 1 tane gözlemevi bulunmaktadır. Projemizin konusu olan Ege Üniversitesi Gözlemevi'ni yılda ortalama 450 kişi ziyaret etmektedir. İzmir'in nüfusunun ortalama 3.5 milyon olduğunu düşünürsek İzmir'deki gözlemevinin ziyaretçi sayısının çok düşük seviyede olduğunu görmekteyiz. Araştırmalarımız sonucu bu oranın düşük olmasının başlıca sebepleri arasında; tanıtım eksikliği, ulaşım zorluğu gibi faktörleri tespit ettik. Grup Ekinoks olarak araştırmalarımızda Ege Üniversitesi Rektörlüğüne bağlı olan Ege Üniversitesi Gözlemevinin kurumsal iletişiminin ve tanıtımlarının yetersiz olduğunu gördük. Buradan yola çıkarak projemizde gözlemevinin Ege Üniversitesi ve İzmir çapında bilinirliklerini sosyal medya aracılığıyla artırmayı amaçladık ve "Gökyüzüne Kanatsız Yolculuk" sloganıyla bu projeyi ele aldık.

10.





Proje Adı : "7'den 7'e Boğaziçi'ne"
Başvuran Üniversite : Marmara Üniversitesi
Proje Danışmanı : Yard. Doç. Dr. Ebru Özgen
Proje Ekibi : Nevzat Yazıcı, Belemir Öksüz, Esra Demir,
Sibel Elele, Yasin Yuğuran
Proje Dönemi : 2010-2011

Proje Özeti

2012 Avrupa Spor Başkenti İstanbul etkinliğine "7'den 7'e Boğaziçi'ne" projesiyle destek verilecek. Projede sağlıklı bir toplum için ve gelecek nesillerin sağlıklı bir yaşam sürmeleri için sporun önemi vurgulanacaktır. Projenin açılış töreninde dünyaca ünlü sporcular Boğaziçi Köprüsünde toplanarak bir spor organizasyonunda yer alacaktır. Bunun yanı sıra Facebook ve Twitter gibi sosyal medya ortamları kullanılarak projenin akışı buradan sağlanacaktır.

10.





Proje Adı : "Bir Cennet İmparatorluğu"
Başvuran Üniversite : Ege Üniversitesi
Proje Danışmanı : Araş. Gör. Mikail Bat
Proje Ekibi : Aynur Evecen, Tuğba Kavas,
Yeşim Gülay
Proje Dönemi : 2010-2011

Proje Özeti

İzmir'in Çiğli ilçesine 10 km uzaklıkta, İzmir Körfezi'nin kuzeyinde bulunan Gediz Nehri Deltası'nın bir bölümü üzerindeki Tekel Çamaltı Tuzlası'nın bulunduğu 8.000 hektarlık alan 1982 yılında Su Kuşları Koruma ve Üretme Sahası olarak tescil edilmiştir. Bunun yanı sıra bu alanın sahip olduğu doğal ve kültürel zenginliklerden ötürü de doğal ve arkeolojik sit alanı, Yaban Hayatı Koruma Sahası ve Uluslararası Koruma Statüsü olan RAMSAR alanı olarak ilan edilmiştir.

Bu alanda Anadolu'daki 450 kuş türünden 238 kuş türünün yaşadığı, 65 türün kuluçkaya yattığı, 314 bitki türünün görüldüğü ve 3 kurbaga ile 17 sürüngen türünün tespit edildiği Gediz Deltası'ndaki İzmir Kuş Cenneti'nin, "Uluslararası önemde, Türkiye'nin A sınıfı sulak alanlarından biri" olarak değerlendirilmektedir.

Alanda yapılan son kuş sayımlarında; 82000'i aşkın su kuşunun düzenli olarak barınmakta olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen 211 kuş türünden 64'ü yerli, 54'ü yaz göçmeni, 43'ü kış göçmeni ve 30 tür de transit geçen türlerdendir.

İzmir Kuş Cenneti, İzmir'in son doğal sığınağı, şehrin ve sanayinin bilinçsiz ilerlemesi karşısında köşeye sıkışacak, doğal bir emanettir. Kuş Cenneti için sit alanı Mavişehir'den başlıyor. Ama buradaki inşaatlar o kadar hızlı ilerliyor ki, buranın sit alanı başlangıcı olduğunu anlamak zor. Çok kısa sürede bu alanların da rant savaşına yenik düşmesi bekleniyor.



10.



Proje Adı : "Bu Yılbaşı Kahraman Sensin"
Başvuran Üniversite : Anadolu Üniversitesi
Proje Danışmanı : Doç. Dr. Canan Öztürk
Proje Ekibi : Ayşenur Çal, Simge Yel, Canan Duran,
Meltem Badam
Proje Dönemi :2010-2011

Proje Özeti
İnternette yılbaşı için hediye alan insanların aynı zamanda yardıma muhtaç çocuklar için artı bir oyuncak almalarına yönelik bir kampanyadır. Toplanan bu oyuncaklar yılbaşında yardıma muhtaç çocuklara dağıtılacaktır. Böylece bu çocuklar böyle bir günde oyuncaklarıyla teselli bulacaklardır.

10.





Proje Adı
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi

: "Hayatını Jet Hızında Yaşa"
: Ege Üniversitesi
: Araş. Gör. Mikail Bat
: Erdem Erdoğan, Fulya Gümölcine,
Hasan Şahin, Serkan Sözen
:2010-2011

Proje Dönemi
Proje Özeti

Günümüzde havayolu sektörü diğer taşımacılık türlerine göre daha fazla ilgi görmektedir ve bu ilgi gün geçtikçe artmaktadır. Sektör, havayolu taşımacılığının gerçek anlamda başladığı ilk yıllarından günümüze kadar sürekli bir değişim göstermektedir. Yapılan araştırmalara göre dünyada tarifeli yolcu sayısı % 3,1 oranında düşerken; Türkiye'deki yolcu sayısında % 7,6, uçak trafiğinde ise % 5,5'luk artış yaşanmıştır. 2002'de iç hatlardaki yolcu sayısı 8 milyon 729 bin yolcudan 41 milyon 227 bin yolcuya ulaşmıştır. İç ve dış hatlarda geçtiğimiz yıl toplam 85 milyon 509 bin yolcu taşınmıştır. Hava taşıma sektörü cirosu 2002 yılında 2,2 milyar dolar iken bugün 8 milyar doları aşmış durumdadır. Ülkemiz, Asya ile Avrupa arasında geçiş noktasında yer almakta ve dünyanın lojistik üssü olabilecek bir potansiyeli barındırması bakımından büyük önem taşımaktadır. Gerçekleştireceğimiz proje ile Türkiye'de havayolu taşımacılığının öncü kuruluşlarından Türk Hava Yolları'nın yeni bir iş modeli ile yapılandırdığı farklı bir ticari markası olarak kurulan "ANADOLU JET" firmasının mevcut yapısı itibarıyla, eksik bulduğumuz kurumsal iletişimini; son yılların gelişen internet teknolojisi ürünü olan sosyal medyayı kullanarak iletişim gözüyle güçlendirmek için çalışıyoruz. Projemizde sosyal medya araçları ile hedef kitlelere ulaşarak, marka bilinirliği ve kurum imajının güçlendirilmesi için yaptığımız çalışmalarla rotamızı hayatını jet hızında yaşamak isteyenlere çeviriyoruz.

10.



Proje Adı : 2-6 Yaş Arası Otizmli Çocuklara
Özel Eğitim Desteği
Başvuran Üniversite : Anadolu Üniversitesi
Proje Danışmanı : Yard. Doç. Mesude Canan Öztürk
Proje Ekibi : Münüfe Zararsız, Şebnem Satıcıoğlu,
Cüneyt Akan, Hakan Sönmez, Emrah Mete
Proje Dönemi :2010-2011
Proje Özeti
2-6 yaş arası otistik çocukların alması gereken özel eğitimlerin masraflarının karşılanmasına yönelik sosyal mecrada açık arttırma kampanyası.

10.





Proje Adı : Cumhuriyet günü
Başvuran Üniversite : Kadir Has Üniversitesi
Proje Danışmanı : Banu Baybars Hawks
Proje Ekibi : Sultan Bilbil, Mehmet Özcan,
Anıl Karamaz
Proje Dönemi :2010-2011
Proje Özeti
Salı günleri tirajı düşük olan Cumhuriyet Gazetes'i'nin satışlarını arttırmak.

10.





Proje Adı
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi

: Çöpünü Bil De At!
: İstanbul Kültür Üniversitesi
: Yrd. Doç. Dr. Volkan Ekin
: Bayram Turan, Sezin Arslan,
Ayberk Akgün, Damla Meydan
:2010-2011

Proje Dönemi
Proje Özeti

Geri dönüşüm ya da atıkların değerlendirilmesi konusunda ne biliyoruz? Atık kutularını doğru kullanabiliyor muyuz? Örneğin Türkiye’de yılda 27 milyon ton çöpün üretildiğini ve bunların düzenli ve etkin biçimde ayrıştırılması sonucunda yapılacak tasarrufun oranını biliyor muyuz? Peki, tüm bu soruların yanıtlarını düşünerek, bizler neler yapabiliriz? Bu bağlamda, atıkların geri dönüşüm sürecinde zihinlerde oluşan yanlış bilgilerin önüne geçilmesi ve toplumun özellikle sosyal medya araçlarını kullanarak bilinçlendirmesi çalışmamızın temel amacını oluşturmaktadır.

10.





Proje Adı : Dijital Siyaset: Profilim Siyaset
Başvuran Üniversite : Ankara Üniversitesi
Proje Danışmanı : Dr. Deniz Sezgin
Proje Ekibi : Esra İnçe, Burcu Binyar
Proje Dönemi : 2010-2011

Proje Özeti

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere paralel olarak, internetin dolayısıyla sosyal medyanın yaşamın her alanına giderek büyük bir hızla yerleşmekte olduğunu görmekteyiz. Sosyal medya ile “anındalığı” yakalayabilmekte ve neredeyse yüz yüze iletişime yakın bir etkiye ulaşabilmekteyiz.

Bugün Türkiye’de internet kullanıcılarının en çok takip ettiği sosyal medya aracı %83,7 ile Facebook’tur. Bunu takip eden ise Twitter’dır. Yapılan araştırmalardan elde edilen bilgilere göre, bireyler bu sosyal medya araçlarını %80 oranında “iletişim kurmak” amacıyla kullanıyor. Bununla beraber, Türkiye’de sosyal medyanın siyasetçiler tarafından giderek aktifleşen biçimde “iletişim kurmak” amacıyla kullanılmaya başlandığını söyleyebiliriz. Sosyal medyada son dönemde yaşanmakta olan gelişmelerden yola çıkarak amacımızı seçim kampanyalarında sosyal medyanın kullanımı olarak belirledik. Türkiye’de 2011’de gerçekleştirilecek genel seçimler için yürütülecek seçim kampanyalarının bir bölümünün sosyal medya ağları üzerinden yürütülmesini planladığımız kampanyamızda; televizyon, gazete gibi iletişim araçlarına daha az zaman ayıran, bu araçların iletmek istediği siyasi mesajların ulaşmadığı; oy verme yaşına erişmiş sosyal medyanın aktif kullanıcılarına; aynı zamanda Türkiye’deki siyasete ve siyasetçilere olan inancı azalmış, Türkiye’deki siyasi süreçle ilgilenmeyen bireyleri sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilecek kampanya süreci ile aktif-bilinçli seçmen haline getirmeyi hedefliyoruz.

10.



Proje Adı : Down Sendromlu Çocukların
Topluma Kazandırılması
Başvuran üniversite : Anadolu Üniversitesi
Proje Danışmanı : Emrah Gülmez
Proje Ekibi : Zeynep Atalay, Seçkin Karakulas,
Hatice Acar, Rasim Kılıç
Proje Dönemi : 2010-2011
Proje Özeti
Down sendromlu çocukları topluma kazandırırken, sosyal medyanın etkili bir
biçimde kullanılmasını sağlamak. Hem toplumun hem de ailelerin bu soruna
karşı farkındalığını yaratmak. Erişimin daha rahat ve geniş olabilmesi için sanal
âlemde etkinlikler düzenlemek.

10.





Proje Adı : E-İtibar Yönetimi
Başvuran Üniversite : Bahçeşehir Üniversitesi
Proje Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. İdil Karademirlidağ Süher
Proje Ekibi : Nesil Var
Proje Dönemi : 2010-2011
Proje Özeti

Sosyal ağlar ile beraber devreye giren "Sosyal Medya" kavramı; iletişimin yayılma hızı ve ulaştığı kişi açısından önemlidir. Markalar ve sosyal paydaşlarının bu mecradaki iletişimi doğru koordine edilmezse itibar kaybının yaşanması kaçınılmazdır. Kullanılan görseller, yazılan kelimeler, tercih edilen dilin tonu gibi unsurlar dikkatle seçilmelidir. Bu nedenle "İtibar Yönetimi"nin kurumun içerisinde kurulacak bir departman tarafından gerçekleştirilmesi ideal olandır.

10.





Proje Adı : Eğitimin Çınarları Geleceğin Umutları ile El Ele
Başvuran Üniversite : Yeditepe Üniversitesi
Proje Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Ayşe Binay
Proje Ekibi : Duygu Çelebi, Nagihan İnce
Proje Dönemi :2010-2011
Proje Özeti

Türkiye’de sosyal ilişkilerin geliştirilmesi ve devam ettirilmesine katkıda bulunmak isteyen Yeditepe Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü 4. sınıf öğrencileri, “EĞİTİMİN ÇINARLARI GELECEĞİN UMUTLARI İLE EL ELE” projesi kapsamında, Adile Sultan Kasrı Huzurevi’nde yaşayan emekli öğretmenlerle, düzenledikleri etkinlikler çerçevesinde bir araya geldi. Proje kapsamında öğrenciler, 2009 senesinden bu yana emekli öğretmenlere manevi destek olmak ve öğretmenlerin morallerini yüksek tutmak amacı ile birçok aktivite düzenledi. Öğrenciler ‘Eğitimin Çınarları Geleceğin Umutları ile El Ele’ projesini kamuoyuna duyurmak adına çalışmalarına devam ediyor.

10.





Proje Adı : Fırsat Ağları
Başvuran Üniversite : İstanbul Kültür Üniversitesi
Proje Danışmanı : Yard.Doç.Dr. Volkan Ekin
Proje Ekibi : Gizem Çimen, Kardelen Cansu Kılıç,
Manolya Paşaoğlu, Ali Asker Atam

Proje Dönemi : 2010-2011

Proje Özeti

Gündemde olan Şehir Fırsatı adlı internet sitesinin sosyal medyada tanıtımının eş zamanlı olarak yapılması. Bunu yaparken de fırsatlar oluşturulacak bir hesaptan, üçüncü bir kişinin ağzından ya da hayali bir bireyin direkt yazdıklarından samimi bir dil ve gerçek fotoğraf, video vs. paylaşımlarına yer verilecek. Böylelikle hedef kitlenin aktif olarak bulunduğu sosyal ağlarda hızlı ve etkili iletişim sağlanacak.

10.





Proje Adı : Foxbytes'ın Bilinirliğini Arttırmaya Yönelik Çalışmalarda Sosyal Medyanın Etkileri
Başvuran Üniversite : Bahçeşehir Üniversitesi
Proje Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. İdil Karademirlidağ SUHER
Proje Ekibi : Yasemin Arslan, Candan Devletkuşu
Proje Dönemi : 2010-2011
Proje Özeti
Proje; "İnternet Televizyonu" FOXBytes'ın istediği bilinirliğe ulaşamaması sorunundan yola çıkarak hazırlanmaya başlanmıştır. Proje kapsamında farklı stratejiler ve ortaklıklarla sosyal medyanın etkilerini kullanarak FOXBytes'ın bilinirliğini arttırmaya yönelik çalışmalar hazırlanmıştır.

10.





Proje Adı : Gerçek Dostlar Kromozom Saymazlar
"Down Sendromlu Çocuklar"
Başvuran Üniversite : Marmara Üniversitesi
Proje Danışmanı : Öğr. Gör. Dr. Leyla Serah Bahadırılı
Proje Ekibi : Özgü Altınbaş, Okan Saykun,
Sinan Gümüş
Proje Dönemi :2010-2011

Proje Özeti

Bu projedeki amaç down sendromu hakkında insanları sosyal medya üzerinden bilinçlendirmek, bu hastalığı taşıyan çocuklarımızın eğitilmesi ve topluma kazandırılmasını sosyal medyayı kullanarak anlatmaktır. Bu çocuklar için yapılacak etkinlik, organizasyon ve sponsorluk faaliyetlerinin tamamı sosyal medya üzerine kurulan bir iletişimle sağlanacaktır.

Sosyal medyayı gözönünde bulundurduğumuzda çok geniş bir hedef kitleye ulaşacağız. Birincil hedef kitlemiz down sendromlu çocukların ebeveynleri ve yakınları ikincil hedef kitlemiz ise kamuoyu, medya ve tüzel kişilerdir.

Projedeki uygulamalar çeşitli bölümlere ayrılmaktadır.

Bu bölümler internet mecrasının etkin kullanımını içermektedir.

Bu proje doğrultusunda facebook, twitter, blog, online alışveriş siteleri vb. sosyal medya araçları proje doğrultusunda etkin bir şekilde kullanılacaktır. Yapılacak etkinlik veya organizasyonların duyurumunun tamamı sosyal medya araçları üzerinden yapılacaktır.

İnternet üzerinden yaratıcı faaliyetler düşünmekteyiz. Bu faaliyetler için yerinde ve doğru sponsorlarla çalışılacaktır.

Sosyal medya üzerinden yapılacak etkinlikler veya organizasyonlar gerçek hayata da geçirilecekve medya da davet edilecektir.

Sosyal medyanın etkin bir şekilde kullanılması medyaya yansıtacak ve down sendromlu çocuklar için yapılan sosyal sorumluluk projesi medya aracılığı ile insanlara aktarılacaktır. Medya bütün etkinliklere davet edilecektir.

10.





Proje Adı : Glob/Med
Başvuran Üniversite : Bahçeşehir Üniversitesi
Proje Danışmanı : Aysel Günay Ak
Proje Ekibi : Nihan Uçar, Nihan Başaran,
Sultan Kaya, Merve Üzümcüler
Proje Dönemi :2010-2011

Proje Özeti

Hızla değişen teknoloji koşulları ile birlikte artık günümüzde şirketler için bu konu ayrı bir önem taşıyor. Şirketlerin Facebook, Twitter gibi sosyal medya araçlarını kullanmaları bir araçtan çok, bir ihtiyaç haline geliyor. Biz de projemizde günümüz sosyal medyasının iletişimde ne kadar güçlü bir silah haline gelmesini inceleyeceğiz.

10.





Proje Adı : Global Köy İmecesı
Başvuran Üniversite : Marmara Üniversitesi
Proje Danışmanı : Arş. Gör. Rafet Aykut Akay
Proje Ekibi : Celal Yiğit, Merve Gergin,
Orçun Öncel, Özge Ülger
Proje Dönemi : 2010-2011

Proje Özeti

İmece köylerde, halkın ortak kullanım alanlarında, ahalinin biraraya gelerek karşılık beklemeden yaptığı işlerdir. Peki neden sosyal medyayla imeceyi ilişkilendirdik? Çünkü yine köylerde, imece çağırısı yapıldığında, köy halkı sosyal bağın gerektirdiği şekilde işe katılır. Bu sosyal bağ, aynı zamanda köyü birarada tutan, yaşanırılığın gerekli bir parçasıdır. İmeceler kesinkes kimseye zorla dayatılan işler değildir. Sosyal medyanın en olumsuz yanı, anlamca olumlu olsa da insanlara “içe kapanma özgürlüğü” vermesi, bu ise kapalı ve birbiriyle yalnızca sanal ortamda bir şeyler paylaşan bireyler yaratır ve bu içe kapanma özgürlüğüne olumlu bir elin müdahale etmesi kampanyalar, yani bir nevi imeceler çerçevesinde yapılabilir. İşte sosyal medyada imece, sosyal bağımızın gerektirdiği bir gönüllülük projesi olarak da ele alınabilir. Yüzyılımızın bize sunduğu “hızlı hayat” felsefesini elbette tam olarak karşıladı sosyal medya. Ama Sosyal Medya dünyayı adeta Mc Luhan’ın söylediği Global Köy gerçeğine dönüştürdü. Yaşanan, ortaya çıkan her olayın çift yanlı sonucunun olduğunu da bilincine varılmalı. İçe kapanma özgürlüğü sunması da sosyal medyanın olumsuz sonuçlarındandır. Bunu aza indirmek, iletişimde yapılacak gönüllülükle sağlanabilir. Projemiz kapsamında bizlerin amacı Sosyal Medya ve onun oluşturduğu Global Köy, insanların birbirlerine yabancılaşması gibi unsurlar üzerine çalışıp, olumlu yanlarını da belirterek olumsuz yanlarını nasıl olumlu kullanabileceğini ortaya koymaktır.



10.

Proje Adı
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi

: Hayat Ağlarını Örüyor
: Bahçeşehir Üniversitesi
: Çisil Sohodol Bir
: Hande Selin Yılmaz, Merve Özkan,
Setenay Dilara Güler, Pelin Acara,
Ümmiye Selin Arslan
: 2010-2011

Proje Dönemi
Proje Özeti

Projemizi tuhid adına düzenleyip hedef kitemizi kurumsal iletişimciler, halkla ilişkiler ajansları, halkla ilişkiler öğrencileri ve öğretim üyeleri olarak belirleyeceğiz. Amacımız, sosyal medya hakkında bilinçlendirme kampanyası ile yapılan yanlışları ve geleneksel medyanın yetersizliğini dile getirerek hedef kitemizin dikkatini çekmeye çalışmaktır.

10.





Proje Adı	: Hayatımız Boyunca Çekmek İstemediğimiz Fotoğrafı, Çekmeye Gidiyoruz
Başvuran Üniversite	: Marmara Üniversitesi
Proje Danışmanı	: Ebru Özgen
Proje Ekibi	: Mahmut Gediz
Proje Dönemi	: 2010-2011

Proje Özeti

28 Kasım 2010 Pazar günü çatısı yanan Haydarpaşa Gar'ıyla ilgili KSS projesi başlattım. Proje kapsamında 6 Aralık pazar günü medya-basın STK'larında katılımıyla sosyal bir tepki, bir eylem planlıyorum. Bu proje 30 Kasım Salı günü itibariyle hayata geçirilmiştir. Tamamen Facebook sayfası üzerinden etkinlik paylaşılmış ve şu an itibariyle yaklaşık 12 Bin kişiye ulaşılmıştır. Şu an katılacağını tahhüt eden yaklaşık 400 kişi var ve her geçen vakit artıyor. Daha 4. gün de Milliyet ve bir kaç interne thaber sitelerinde haber olmayı başardık.

Bu projeyi TFG(Türkiye Gönüllüleri) olarak gerçekleştiriyorum. Bu gurubun-derneğin kurucusuyum ve yaklaşık 5.000 kişilik bir guruba hitap ediyorum. TFG olarak gerçekleştirmemiz hasebiyle Metafor olarak Fotograf makinelerini kullandık. Makinalarımıza kırmızı kurdela taktık ve profillerimizde paylaştık. Proje her geçen gün katlanarak büyüyor. Yerel bir radyo gönüllü olarak duyuru yapıyor. Arena ekibi Pazar günü bizzat orada olacak ve BeyazShow ekibinden de teklif geldi.

Amacımız toplumsal bilinçlendirmeyi sosyal medya üzerinden sağlayarak bu ve benzeri olaylara dikkat çekmek ve gerekli birimleri daha dikkatli olmaları konusunda uyarmak.

10.





Proje Adı
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi

: İletişim Hayattır
: İstanbul Kültür Üniversitesi
: Yard.Doc.Dr.Volkan Ekin
: Tuğba Şan, Emel Şahin, Selen Tur,
Ezgi Kuk, Duygu Sarı

Proje Dönemi

:2010-2011

Proje Özeti

Sosyal medyanın tüketim olgusuna etkileri ve postmodern yaşam biçimlerine
izdüşümlerini içeren e-pr kampanyası.

10.





Proje Adı
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi

: İşte Biz O Gün Tükeneceğiz!
: Anadolu Üniversitesi
: Yard. Doç. Mesude Canan Öztürk
: Bahar Korum, Gülden Odabaş,
Oğuz Köprücü, Sema Turan, Ufuk Saygın
:2010-2011

Proje Dönemi
Proje Özeti

Nesli tükenmekte olan hayvanlar, yok olma tehdidi altındaki hayvan türleridir. İnsan kaynaklı suistimaller sonucu 784 türün dünya üzerinden tamamen yok olduğunu ve 16.119 hayvan türünün tükenmekte olduğunu görmekteyiz. Sadece 2006'da listeye 530 türün eklenmiş olması canlı türlerinin ne büyük bir tehdit altında olduğunu gösterir. Kampanyamızın temel amacı, nesli tükenen hayvanlar konusunda insanları bilinçlendirmek ve bu konu hakkında farkındalığı sağlamaktır.

10.





Proje Adı : Kendini Tasarla
Başvuran Üniversite : İstanbul Üniversitesi
Proje Danışmanı : Dr. Sergün Kurtoğlu
Proje Ekibi : Nurdan Bayraktar, Musa Taşdizen
Proje Dönemi : 2010-2011
Proje Özeti

Bireylerin internet üzerinden birbirleriyle diyalog ve etkileşim halinde bulunması anlamına gelen sosyal medya, geleneksel mecralar aracılığıyla kampanyalarını sürdüren kurumlar için yeni bir pazarlama alanıdır. Geleneksel medyanın salt tüketici konumunda bıraktığı bireylerin üretici konumuna gelebilmelerine olanak tanıyan sosyal medya, kurumların/markaların itibarına olumlu katkılar sağlayabileceği gibi itibar kayıplarına da neden olabilmektedir. Gözde giyim markası konumunda olan Adidas'ın gerçekleştirdiği "Kendini Tasarla" başlıklı proje kapsamında, sosyal medyanın sağlayacağı olumlu etkilerin, halkın kendi modasını kendisinin yarattığı stratejik bir boyuta taşınması amaçlanmaktadır. Araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme aşamalarından oluşan bu bir yıllık proje kapsamında sosyal medyanın, günlük yaşamın döngüsü içinde bireyleri merkeze alan bir ortam olarak yapılandırılması düşünülmektedir.

10.





Proje Adı
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi

: Klavyenin Taçsız Krallığı
: Marmara Üniversitesi
: Arş. Gör. Rafet Aykut Akay
: Fulya Arslan, İsmet Ünlü, Buket Molla,
Hüseyin Göksu, Gökhan Aydın
: 2010-2011

Proje Dönemi
Proje Özeti

Sosyal medya, yeni teknolojilerin insan hayatına, bireyin günlük yaşamında kurduğu iletişim süreçlerine getirdiği yeni araçlar, ortamlar ve olanaklarla birlikte her geçen gün kendini tıpkı bir canlı organizma gibi geliştirmektedir. Günümüzde bu gelişimin izlerini belirgin olarak görmekteyiz. Fakat bu gelişime insanlar önyargıyla yaklaştıkları için sosyal medya, olumsuz bir sosyal platform olarak addedilmiştir.

Bu Önyargılardan Bazıları;

- Sosyal medyanın toplumla ilgili haberlerden çok belirli bir kitleyi ilgilendiren haberlere yer verdiğinin düşünülmesi.
- Sosyal medyanın bireyleri sosyalleştirmekten çok asosyalleştirdiğinin düşünülmesi.

- Sosyal medya tarafından sağlanan enformasyonun güvenilirliğinin eleştirilmesi.

Bugüne kadar sosyal medyanın doğru kullanımı eğitimle desteklenmediği için bu önyargılar oluşmuştur. Biz bu proje kapsamında; insanlar üzerindeki bu önyargıyı kırıp sosyal medyayı taçlandırmayı amaçlıyoruz.

10.





Proje Adı : LGBT (Lezbiyen Gay Biseksüel Transeksüel Derneği) Türkiye Toplumsal Bilinçlendirme Kampanyası

Başvuran Üniversite : Bahçeşehir Üniversitesi

Proje Danışmanı : Aysel Günay Ak

Proje Ekibi : Büşra Demirel, Duygu Özdemir, Melek Küçükuzun, Merve Irmak Çaylak, Tuğba Sivri

Proje Dönemi : 2010-2011

Proje Özeti

Sosyal medya, iletişimin her alanında entegre olunması gereken, geniş kitleler üzerinde yoğun etkiye sahip olduğu birçok araştırmayla kanıtlanmış yeni, interaktif bir mecradır.

Toplumsal ve güncel konuların da sosyal medya üzerinden yönetilmesi çok daha etkileyicidir. LGBT (Lezbiyen Gay Biseksüel Transeksüel Derneği) Türkiye adına Tasarladığımız sosyal sorumluluk kampanyası ile konu yönetimine dayalı, Toplumda cinsel ayrımcılık açısından ötekileştirmeye karşı bir bilinç oluşturmaya çalışılacaktır.

10.





Proje Adı : Mango'nun Gençlik Haykırışı
Başvuran Üniversite : Kadir Has Üniversitesi
Proje Danışmanı : Banu Baybars Hawks
Proje Ekibi : Şule Özen, Merve Hantal,
Hatice Atar
Proje Dönemi :2010-2011

Proje Özeti

Mango tanıtımı için bir defile düzenliyor. Bu defilenin duyurulmasında ise online iletişimden destek alınıyor. Defile internetten canlı izlenebilecek. Aynı zamanda Twitter ve Facebook'tan da defile hakkında sürekli bilgi paylaşımları olacak.

10.





T.C. MALTEPE ÜNİVERSİTESİ
"Düşüncede özgür, eğitimde çağdaş, bilimde evrensel"

Proje Adı : Mıknatıs
Başvuran Üniversite : Maltepe Üniversitesi
Proje Danışmanı : Öğr. Gör. Elif Sungur
Proje Ekibi : Eda Bağcı, Ahmet Müslim Karali,
Hikmet Bir, Dursun Ay, Ayşe Bedel
Proje Dönemi :2010-2011

Proje Özeti

Maltepe Üniversitesi öğrenci kitlesinin yardımlaşması, iletişimde kalması, bilgi alışverişi sağlaması amacıyla mıknatıs.com adında weblog sitesi kurmak. Hedef kitlemiz Maltepe Üniversitesi öğrencileri ve akademik kadrosu, rektörlük ve mezunlarımızdır. Bu kitle yaklaşık 10000 kişiden oluşmaktadır. Site içerisinde menüler altında katılım sağlamak istiyoruz. 'Kampuste kulaktan kulağa 'duyurularımızı öncelikle kantin kitlesine ulaştırmayı amaçlıyoruz. Facebook ve Twitter'da mezun ve öğrenci gruplarını siteye yönlendiren çalışmalarla katılımı zenginleştireceğiz. İcat buluş keşifler: kısmında öğrencilerin yaratıcılıklarının sergilenebileceği ve hatta videolarla tanıtımlarını yapabilecekleri bir kısım oluşturmak. Bu sayede popüler olmak her öğrenciyi memnun edecektir.

İş Olanakları kısmında; part time ilanlar ve mezunlar için iş ilanlarının verilebileceği bir ortam hazırlamak.

Tavsiye kısmında; sitemizi daha da işlevsel hale getirebilmemiz için öneriler ve bu önerileri de oylamaya sunabilecek bir ortam hazırlamak.

Etkinlikler kısmında; üniversite içindeki ve dışındaki etkinliklerden öğrencilerinin haberdar olmasını sağlamak.

Video uygulamaları; eğlenceli ve bilgi verici videoların paylaşılması ile öğrencilerin güncellik içerisinde hoşça vakit geçirmesi sağlanacak. Ders eleştirileri, Görüş ve öneriler, Ev arkadaşı arıyorum, Satıyorum ve Rektör hocaya söyledim köşeleri ile blog zenginleştirilmiştir.

10.





Proje Adı
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi

: Recm: Taşların Ardında Hayat Savaşı
: Selçuk Üniversitesi
: Yrd. Doç. Dr. Hasret Aktaş
: Selçuk Çetin, Ayşenur Üçok,
Muhammed Demir
: 2010-2011

Proje Dönemi
Proje Özeti

İnsan hakları evrensel bildirgesinin birinci maddesi der ki, "Bütün insanlar hür, haysiyet ve haklar bakımından eşit doğarlar. Akıl ve vicdana sahiptirler ve birbirlerine karşı kardeşlik anlayışıyla hareket etmelidirler."

Şimdi, insan hakları evrensel bildirgesinin ruhunu canlandırma zamanı...
Sakine Aştiyani İran da recm'e mahkûm edilen bir kadın, taşlanacağı günü bekliyor.

Hiçbir durum insanın taşlanarak öldürülmesini haklı çıkaramaz. Sessiz kaldığımız müddetçe Sakine'yi taşlamak isteyenlerden farkımız kalmayacak. Sakine insanlık onurunun simgesidir.

Bugün yüz milyonlarca insan sosyal medya kullanıyor. İnsanlık onuru için yüz milyonlar biraraya gelir, tüm dünyada infial yaratabilir. İnsanlığı birleştirebilir, seslerin gücünü dalga dalga tsunamilere çevirebiliriz. Sosyal medyada yaratacağımız bu iletişim devriminin altına da tüm insanlık adına imzalarımızı atmış oluruz.

Şimdi bir şeyler yapmanın zamanı gelmedi mi?

10.





Proje Adı
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi

: Renkler Kozmetik Sektörünü Canlandırıyor
: Bahçeşehir Üniversitesi
: Yrd. Doç. Dr. İdil Karademirlidağ Suher
: Dilara Üstündağ, Seda Evran,
Hülya Karacan
: 2010-2011

Proje Dönemi
Proje Özeti

Kozmetik bir ürün olan oje, son 2 yıldır sektör içinde yükselişe geçmiştir. Ürün yelpazesine katılan renkler, bu yükselişin en önemli sebebidir. Renklerin çeşitliliği hedef kitle ile olan iletişim sonucunda oluşmaktadır. Ojenin pazarlanmasında kullanılan en önemli araç ise sosyal medyadır. Projemiz, oje renklerini oluşturan faktörler, ürünün pazarlanmasında sosyal medyanın nasıl kullanıldığı ve Türkiye'deki kozmetik sektörünün tüm bu yeniliklerinden nasıl etkilendiği hakkındadır.

10.





Proje Adı : Sanal Dünyadan Gelen Kahve Kokuları
Başvuran Üniversite : Kadir Has Üniversitesi
Proje Danışmanı : Banu Baybars Hawks
Proje Ekibi : Elif Özdemir, Hale Varboz,
Kübra Çakır
Proje Dönemi : 2010-2011

Proje Özeti

Günümüzde en popüler iletişim kaynaklarından biri haline gelen sosyal medyayı kullanarak Kahve Dünyası üzerine bir proje geliştirilecektir. Hazırlayacağımız bu projede, Kahve Dünyası'nın iletişiminin sosyal medya üzerinden nasıl ve ne şekilde yürütülmesi gerektiğine yönelik yaratıcı öneriler sunulacaktır.

10.





Proje Adı
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi

: Sanalda da Gerçekte de Gençler 'Merkez'de
: Marmara Üniversitesi
: Yrd. Doç. Dr. Ebru Özgen
: Ayşe Öztürk, Cemal Civan, Melike Çamlıbel,
Selen Çetinkol

Proje Dönemi

: 2010-2011

Proje Özeti

Türkiye'deki birçok ilde gençler sosyal, kültürel ve sanatsal bağlamda büyük eksiklikler duymaktadır. Yetersiz devlet yatırımları, yeterli karlılık oranı görmeyen özel teşebbüslerin yatırım yapmamaları gibi nedenlerle ülkemizin birçok ilinde gençlerin bir araya gelip sosyalleşebilecekleri sanatsal, kültürel ve vb. etkinlikleri aynı ortamda paylaşılabilecekleri, merkezler veya kompleksler bulunmamaktadır. Sosyal medyanın insanları bir araya getirme, fikirlerini paylaşma, tartışma ve daha geniş kitlelere yayma etkisini kullanarak sanal bir platform oluşturulması bu projenin öncü amacıdır. Gençlerin bu platformda bir araya gelerek, fikirlerini paylaşımlarının sağlaması ve kendi tasarladıkları gençlik merkezinin seçilecek pilot ilde hayata geçirilmesi planlanmaktadır.

10.





Proje Adı

: Sivil Toplum Kuruluşlarında Sosyal Medyanın Kullanımı: Ege Orman Vakfı

Başvuran Üniversite

: İzmir Ekonomi Üniversitesi

Proje Danışmanı

: Selin Türkel ve Burcu Öksüz

Proje Ekibi

: Aysu Gökova, Mehmet Şehriyar Açıkgöz,
Yusuf Erdal Erdoğan

Proje Dönemi

: 2010-2011

Proje Özeti

Proje sivil toplum kuruluşlarında sosyal medya kullanımının etkisini göstermek üzerine tasarlanmıştır. Sivil toplum kuruluşu olarak Ege Orman Vakfı seçildi ve vakfın çalışmaları, projeleri ve etkinlikleri bu kampanya ile sosyal medya aracılığıyla duyurulacaktır. Özellikle Ege Orman Vakfı'nın kendi ürettiği ürünleri pazarlaması amacıyla sosyal medyayı kullanımı yapılacak ve bunu yaparken de Ege Orman Vakfı'nın bir sivil toplum kuruluşu olduğu göz önünde bulundurularak, bireysel sosyal sorumluluk vurgusuyla Ege Orman Vakfı adına bir sosyal medya projesi yürütülecektir.

10.





Proje Adı : Sosyal Dünya(M)
Başvuran Üniversite : Selçuk Üniversitesi
Proje Danışmanı : Yard. Doç. Dr. Hasret Aktaş
Proje Ekibi : Yunus Emre Baypınar
Proje Dönemi : 2010-2011

Proje Özeti

İletişimde Sosyal Medyanın: Örgütlenme ve İfade Özgürlüğü süreçlerine kazandırdıkları ele alınmaktadır.

Bireyi, toplumsal hayattan soyutlayıp, pasifize eden Sosyal Medya tüketimleri yerine; katılımcı ve demokratik bireyin oluşumuna fayda sağlayan Sosyal Medya kullanımının oluşturulması ve teşvik edilmesi amaçlanmıştır.

10.





Proje Adı
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi
Proje Dönemi
Proje Özeti

: Sosyal Medya ile Yeniden Doğuş
: Bahçeşehir Üniversitesi
: Doç. Dr. İdil Karademirlidağ Suher
: Ceyda Özgür, Deniz Hoca
:2010-2011

"İletişimde Sosyal Medyanın Etkisi"ni göstermek amacıyla oluşturulan kampanya MPR çatısı temelinde yapılandırılmıştır. Oluşturulan stratejiler ve taktikler yalnızca sosyal medya üzerinden gerçekleştirilerek gelişen bu yeni mecranın önemi, etkisi ve kullanım alanları bir ürün üzerinden vurgulanmıştır.

10.





Proje Adı
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi

: Sosyal Medya İletişimin Vazgeçilmezi
: Bahçeşehir Üniversitesi
: Elif Engin
: Derya Topal, Sezen Akpolat, Dicle Yüksek,
Osman Nadir Aydın
: 2010-2011

Proje Dönemi
Proje Özeti

Günümüzde sosyal medya en etkili iletişim araçlarından biri haline gelmiştir. Bu nedenle bu kampanyada sosyal medyanın kullanılmasıyla markaların, şirketlerin elde edebilecekleri başarıları iletişim stratejileriyle göstermeyi hedefliyoruz.

10.



Proje Adı	: Sosyal Medya Kullanımı ile Bilinçli Taraftar Yaratma
Başvuran Üniversite	: Anadolu Üniversitesi
Proje Danışmanı	: Yrd. Doç Dr. Mesude Canan Öztürk
Proje Ekibi	: Mail Şander, Mesut Durnalı, Semih Gökçe, Serkan Karavuş, Mahmud Çelik
Proje Dönemi	: 2010-2011
Proje Özeti	
Sosyal medyanın kullanımı ile holiganizme karşı bilinçli taraftar oluşturma ve holiganizmle mücadele.	

10.





Proje Adı : Sosyal Medyada Lefke Avrupa Üniversitesi
Başvuran Üniversite : Lefke Avrupa Üniversitesi
Proje Danışmanı : Prof. Dr. Serra Görpe
Proje Ekibi : Ceylan Erhan, Yeliz Esra Kıranlıoğlu,
Cemile Us, Mehmet Emin Çiçekdal,
Umur Çolak
Proje Dönemi : 2010-2011

Proje Özeti

Söz konusu proje, Lefke Avrupa Üniversitesi hakkında (LAÜ) sosyal medyadaki yorumlarını izlemek, olumsuz yorumları denetlemek ve bu denetlemenin ötesinde LAÜ'nün sosyal medyada yaygın olarak yer almasını sağlamaktır.

Proje dâhilinde yeni bir sistem önerilmiş ve bu sistemin sağlıklı duyurusu, işleyişi ve ayrıca da sosyal medyada LAÜ'nün takibine yönelik mekanizmalar önerilmiştir

Oluşturulan platform ana hatlarıyla; LAÜ Öğrenci İşleri, LAÜ Muhasebe, LAÜ Yurtları ve LAÜ öğrencilerinin danışman öğretim üyelerine bir 'tıkla' erişebilmesini sağlayan bir sistemdir.

10.





Proje Adı
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi

: Sosyal Medyanın İletişimde Kullanımı
: Bahçeşehir Üniversitesi
: İdil Suher Karademirlidağ
: Fatma Sır, Emir Başol,
Mesut Dinç Özdoğan, Anıl Şen,
Mustafa Nafiz Erkal
:2010-2011

Proje Dönemi
Proje Özeti

İletişimde sosyal medyanın önemi vurgulanacak. Sosyal ağların sosyal medyadaki gücünü gösteren bir kampanya sunuşu hazırlanacak.

10.





Proje Adı : Sosyal Medyanın Organ Bağışına Etkisi
Başvuran Üniversite : Anadolu Üniversitesi
Proje Danışmanı : Doç. Dr. Mesude Canan Öztürk
Proje Ekibi : Coşkun Çiloğlu, İdris Kurt,
Dursun Yılmaz, Deniz Kırkkılıç
Proje Dönemi : 2010-2011

Proje Özeti

Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte günümüzde, yaşaması için organ nakli bekleyen binlerce hasta, organ bağışı sayesinde yaşamaya devam etmektedir. Organ nakli, ülkemizde organ nakli bekleyen hastaların hayatlarını devam ettirebilmeleri için büyük fırsat olmasına rağmen bu organ bağışının önemi tam olarak idrak edilmediği için, yeteri kadar bu alanda çalışma olmadığı için organ bağışına ihtiyaç duyan hastalar için önemli bir sorundur.

AMAÇ 1: kültürümüzde var olan yardımseverlik, hayırseverlik ve paylaşma duygularına eğilerek, insanları organ bağışı konusunda bir davranışa bir harekete geçmelerini sağlamaktır. Özellikle son yıllarda kullanımı hızla yayılan ve ülkemizde de birinci sırada yer alan "facebook" gibi sosyal paylaşım ağlarını siber cemaatleri en etkin bir şekilde insanları organ bağışı için harekete geçmelerini sağlamaktır.

AMAÇ 2: toplumumuzdaki herkesinden kanı önderlerinin katılımıyla, insanların var olan duygularını davranışa geçirmelerini sağlamaktır.

10.





Proje Adı : STK ve Sosyal Medya İletişimi
Başvuran Üniversite : Bahçeşehir Üniversitesi
Proje Danışmanı : Elif Engin
Proje Ekibi : Dilara İpek Şatır, Gözde Dikmen,
Leyla Yüngül, Nazlıhan Özdemir
Proje Dönemi : 2010-2011

Proje Özeti

Günümüzde sosyal medya hedef kitlesi en geniş ve hedef kitleye en rahat ulaşılabilir iletişim kanallarından biri haline gelmiştir. Gerek markalar gerekse STK'lar seslerini daha geniş kitlelere duyurmak için sosyal medyayı kullanarak farklılaşabilmektedirler. Buradan yola çıkarak, yapacağımız bu iletişim kampanyasında etkili bir sosyal medya stratejisi kullanarak STK'ların da markalar, şirketler gibi sosyal medyayı kullanarak hedeflerine ulaşabileceklerini göstermek istiyoruz.

10.





T.C. MALTEPE ÜNİVERSİTESİ

"Düşüncede özgür, eğitimde çağdaş, bilimde evrensel"

Proje Adı
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi

: Süz Geç - Çokluk İçinde Yokluğuz
: Maltepe Üniversitesi
: Öğr. Gör. Elif Sungur
: Ediz Yazır, Volkan Sağlam, Fulya Tunca,
Celil Özdemir, İrem Özbey
: 2010-2011

Proje Dönemi
Proje Özeti

Maltepe Üniversitesinde 5000 kadar öğrenci okuyor. 4500 de mezunumuz var. Öğrenciler arasında sosyal paylaşım, öğrenci olarak bir arada durma ve baskı grubu oluşturmada zorluklar var. Bu kopukluk, öğrenciler okuldan mezun oldukları zaman da devam ediyor, dayanışma azalıyor, iletişimsizlik derinleşiyor. Bizler, farklı fakültelerden, birbirlerini proje öncesinde tanımayan öğrencilerdik. Ortak olarak aldığımız derste bir araya geldik ve öğrenci birlikteliği ve dayanışmasının önemini, sonuç çıkartmaya etkisini ve zevkliliğini fark edip, üniversitemizle ilgili bir iletişim projesi yapmaya karar verdik. Proje Sloganımızı "Çokluk İçinde Yokluğuz" olarak belirledik. Birçok farklı fakülteyi ve farklı sosyal gruplardan öğrencileri içinde barındıran okulumuzda, sosyal ve kültürel aktivitelere aktif katılım sağlamak, okulumuzdaki öğrenciye dönük etkinliklerde görülen çokluk içinde yokluk yani katılımda öğrenci yokluğu sorununu aşmak için sosyal medyadan yararlanarak, yapacağımız kampanyayla yokluğu çokluğa dönüştürmek iddiasında olan weblog sitesi SÜZGEÇ 'i oluşturacağız. Burada öğrenci arkadaşlarımızın, mezunların ve hocalarımızın sürekli iletişim halinde olmalarını istedik. Herkesin hem forumlarda konuları tartışmasını hem de aradıkları veya önemli konularda ilan verebilmelerini, aktivitelerden yararlanabilmelerini ve birbirleriyle rahatça irtibata geçebilmelerini hedef aldık. Yönetimle sıcak ilişki kurmak için SÜZGEÇ'in özel bir iletişim ortamı oluşturmasını sağladık.



10.



Proje Adı : Şimdi Neye İçiyoruz?
Başvuran Üniversite : Ege Üniversitesi
Proje Danışmanı : Araş. Gör. Mikail Bat
Proje Ekibi : Fırat Turgay, İpek İncegür
Proje Dönemi :2010-2011
Proje Özeti

Alkollü içki reklamlarının yasaklandığı ülkemizde, alkollü içki üretimi yapan işletmeler tanıtım çalışmalarının çoğunu sponsorluk ve sinema reklamları ile gerçekleştirmektedir. Televizyon programlarının tümünde alkollü içeceklerin gösteriminin yasaklanmasının ardından, 2008 yılından beri üzerinde çalışılan yeni yasalarla, sinema reklamları ve sponsorlukların da yasaklanmak istenmesi, tanıtım alanlarının daralmasına neden olacaktır. 1969 yılında kurularak özel sektörün ilk birasını üreten Tuborg şirketi yenilikçi ve kaliteli bir kurum imajına sahip olmasına rağmen bu gibi yasal düzenlemelerle tanıtım faaliyetlerini etkili olarak gerçekleştirememektedir. Hedef kitesine rahatlıkla ulaşamamak şirketin temel problemleri arasına girmiştir. Şirketin yeni ürünlerini, yapmış olduğu değişiklikleri, kurumsal politikalarını, katıldığı yarışmalarda kazandığı ödülleri ve firmaya ait birçok bilgiyi kitlelerle buluşturması zorlaşmıştır. İşletmenin tanıtım faaliyetlerinin sınırlandırılması yeni mecralar aramasına sebep olmuştur. İşte bu durumda firmalar için en uygun ortam sosyal medya olmuştur. Sosyal medyanın faaliyetlerinin daha etkili kullanılması ve bu yönde başarılı çalışmalar yapılması işletmeye çok büyük bir avantaj sağlayacak ve hedef kitesine daha yakın olmasını olanaklı hale getirecektir. Tuborg şirketinin karşılaştığı tanıtım sorunlarının saptanması ve bu sorunların çözümü için sosyal medyanın aktif bir biçimde kullanılması amaç edinilerek bir proje geliştirilmiştir.

10.





Proje Adı : www.senbeno.biz
Başvuran Üniversite : İstanbul Kültür Üniversitesi
Proje Danışmanı : Doç.Dr. Işıl Zeybek
Proje Ekibi : Meryem İlke Çakıl, Bilal Bağatır,
Esra Sur, Öykü Demirkol,
Cansu Dolaş
Proje Dönemi : 2010-2011

Proje Özeti

www.senbeno.biz projesi; Günümüzde sosyal medyanın insan hayatına etkileri, hayatı nasıl kolaylaştırdığı ve ne türden yararlar sağladığının altı çizilerek iletişim çerçevesinde incelemiştir.

Bu proje; Engelsiz iletişim, internetin vazilgeçilmezliği, sosyal ağların gereksinimi, zaman ve mekan sorunu olmaksızın iletişim kurabilme, hız ve mali etkinlik, ihtiyaç duyulan kişisel, sosyal vb. gereksinimleri karşılama, ticari kaygı tanıma ve tanıtmaya, trend yaratma gibi pek çok konu üzerinde durarak yeni bir platform içerisinde bunu uygulayacaktır.

10.





Proje Adı
Başvuran Üniversite
Proje Danışmanı
Proje Ekibi

: Zamansız ve Mekânsız Sosyalleş
: Marmara Üniversitesi
: Öğr. Gör. Canan NOYAN
: Nil Çokluk, Fatma Dursun,
Şükrü Kazaz
: 2010-2011

Proje Dönemi
Proje Özeti

Gelişen teknoloji ile hayatımızda önemli bir yer edinen sosyal medyanın iletişim üzerindeki etkisi, avantaj ve dezavantajları kurumsal ve bireysel açıdan ele alınmış, bu sürecin doğru yönetilmesi amaçlanmıştır.

10.



10.



altınpusula

Halkla İlişkiler Ödülleri

TÜHİD
TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği
Serencebey Yokuşu, Huzur Palas Apartmanı No:11 Daire:2
34353 Beşiktaş / İstanbul
Tel: [0212] 258 02 07 Faks: [0212] 261 53 44
bilgi@tuhid.org / bilgi@altinpusula.org
www.tuhid.org / www.altinpusula.org