



altın
pusula

08.

halkla ilişkiler ödülleri

İletişimin “iş süreçlerine katkısına” inanan, İletişim Projelerini destekleyen ve kaynak yaratan DEĞERLİ YÖNETİCİLERİMİZE teşekkürlerimizle...

TÜHİD Altın Pusula Halkla İlişkiler Ödülleri, sekizinci yaşında kendi rekorunu bir kez daha kırıyor.

İlk yarışmadan itibaren süreçleri değerlendirdiğimizde, iş dünyasının iletişime olan inancını, yöneticilerin iletişimin iş süreçlerine katkısını kabul ettiklerini, iletişim sektörünün gelişimini, kamu ve özel sektörün iletişime katkısını ve ayırdığı bütçeyi, iletişimin sürekliliğinin önemini net olarak görebiliyoruz.

8. Altın Pusula’da 130 iletişim projesi 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.

Global rekabet düzeninde kuruluşların geleceğini tasarlayan “İletişim” projelerinin sürekliliği ve Altın Pusula’nın çok daha gelişerek ve artan projelerle kendi rekorunu kırması dileğiyle...

Sevgi ve Saygılarımızla,

Fügen Toksü
Yönetim Kurulu Başkanı
TÜHİD - Türkiye Halkla İlişkiler Derneği

15 Haziran 2009



8. ALTIN PUSULA HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ KOMİTESİ

YEŞİM BEYLA

SELİN YAŞAR

RAYKA ARDİTİ

BÖRTE ÇETİN

8. ALTIN PUSULA SEÇİCİ KURULU

Jüri Başkanı

Metin Yurdağül

Ülker İstişare Kurulu Üyesi

Ceyda Aydede

Global Tanıtım Genel Müdürü

Şafak Akın

TİKAV Vakfı

Yönetim Kurulu Başkanı

İbrahim Aybar

Renault Mais Genel Müdürü

İsmail Bayazıt

Türk Telekom Pazarlama İletişimi
Bölüm Başkanı

Prof. Dr. Özden Cankaya

Galatasaray Üniversitesi İletişim
Fakültesi Dekanı

Prof. Dr. Peyami Çelikcan

Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi
Dekanı

Hayri Çulhacı

Akbank Yönetim Kurulu Üyesi

Şelale Kadak

Sabah Gazetesi Yazarı

Tanıl Küçük

İSO Başkanı

TOBB Yönetim Kurulu

Başkan Yardımcısı

Vahap Munyar

Hürriyet Gazetesi Ekonomi Müdürü

Doğan Satmış

Gazete Habertürk Genel Yayın
Yönetmen Yardımcısı

Servet Yıldırım

CNBC - E Haber Genel Yönetmeni

İdil Yiğitbaşı

Yaşar Holding Yönetim Kurulu Başkanı

Fügen Toksü

TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı



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

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 Jübilesi
Eğitim Gönüllüleri Vakfı



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 Süte 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

Marmara Üniversitesi

4. ALTIN PUSULA ÖDÜLLERİNİ KAZANAN KURULUŞ VE PROJELER

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



5. ALTIN PUSULA ÖDÜLLERİNİ KAZANAN KURULUŞ VE PROJELER

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
Opet

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

6. ALTIN PUSULA ÖDÜLLERİNİ KAZANAN KURULUŞ VE PROJELER

Büyük Ödül

Ericek 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

TEMÄ El 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

Suçta 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



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 Başış
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
Dijiturk

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

8. ALTIN PUSULA ÖDÜL KATEGORİLERİ

Kurumsal İletişim

Gündem Yönetimi

Kurum İçi İletişim

Pazarlama İletişimi ve Bütünleşik Pazarlama Projeleri

Kriz İletişimi

Etkinlik Yönetimi

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

- 1) Çevre
- 2) Eğitim
- 3) Sağlık
- 4) Kültür & Sanat
- 5) Spor
- 6) Diğer

E- İletişim

Sivil Toplum Kuruluşları

Kamu Kuruluşları

Sponsorluk İletişimi

- 1) Çevre
- 2) Eğitim
- 3) Sağlık
- 4) Kültür & Sanat
- 5) Spor
- 6) Diğer

Kategori Dışı Projeler

Genç İletişimciler



KURUMSAL İLETİŞİM





TEB

BNP PARIBAS ORTAKLIĞI

| | |
|-------------------------|----------------------------------|
| PROJENİN ADI | : İcatçıkar Akıl Fikir Yarışması |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : TEB |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : TEB Kurumsal İletişim |
| ZAMAN | : 1 Ekim 2008 - 30 Kasım 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Murat Hoke |

PROJENİN ÖZETİ:

Akıl Fikir Yarışması İcat Çıkar, üniversite öğrencilerine, genç profesyonellere ve TEB müşterilerine yönelik düzenlenen Türkiye'de sektöründe bir ilk olan, inovasyon yarışmasıdır.

14

Amacımız:

- Gençleri ve müşterilerimizi, “yenilikçilik - yaratıcılık” konusunda bilinçlendirmek, yetkinliklerini geliştirmek, finans sektörü ile yakınlaşmalarını sağlamak, yenilikçi-yaratıcı kişilerle ve fikirlerle buluşmak.
- Özel sektör ve üniversite işbirliğine örnek olacak bir proje gerçekleştirmek,
- Müşterilerimizle buluşmak, onların mevcut ürün ve hizmetlerimizi inceleyip yenilikçi görüş ve önerilerini alarak ürün ve hizmetlerimizi onların fikirleriyle şekillendirmek, geliştirmek
- TEB'in, “Yenilikçi Banka” imajına katkı

Yarışma sitemiz (www.icatcikar.com), 1,5 ayda 96 ülkeden, 174bin kişi ve 235bin ziyaret gerçekleştirmiş olup, 2500 proje başvuru gelmiştir. Dereceye girenler ödüllendirilmiş, projelerden uygun olanları bankamızca uygulamaya alınmış, 3 kişi TEB'e katılmıştır.

Yarışmamız basında geniş yankı uyandırmış, TEB'in inovasyon çalışmaları, ABD'li global danışmanlık firması Gartner tarafından uluslararası “case study” olarak yayınlanmış, gelişmekte olan ülkelerden Gartner tarafından, hakkında “case study” yazılan tek banka olmamız, yenilikçi imajımıza büyük katkı sağlamıştır.



| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Önce İnsan Dergisi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Yeşim Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : Haziran 1997 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Dilek Cesur |

PROJENİN ÖZETİ:

Yeşim Tekstil'in 11 yılı aşkın süredir yayınladığı "Önce İnsan Dergisi", adını firma prensibi ve sloganı olan, "Önce İnsan" kelimelerinden alıyor. İlk yıllarda, kurum içi iletişimi sağlamak ve sektörel gelişmelerden çalışanlarını haberdar etmek amacıyla yayın hayatına başlayan dergi, zamanla tekstil sektörünün ve gündemin takipçisi olarak geniş kitleler tarafından beğeniyle okunan ve takip edilen aktüel, sektörel bir dergi haline geldi. Son dört yıldan beri, hem gazete hem de dergi olarak iki farklı hedef kitleye yönelik, ayrı formatlarda hazırlanıp, dağıtımı yapılmaktadır.

Tekstil ve hazır giyim sektörünün sorunlarının yanı sıra kent, ülke ve dünya sorunlarını da ele alan dergi, şimdiye kadar birçok farklı konuyu kapağına taşıdı. Türkiye genelinde, 12.000 adet basılan ve her sayısında farklı bir konuyu gündemine taşıyan dergi, üç ayda bir yayınlanıyor. Gazete formatında ise 3500 Yeşim'liye ulaşan yayın tamamıyla çalışanlara yönelik haberlerden oluşan içeriği ile üç ayda bir hedef kitlesine ulaşmaktadır.



GÜNDEM YÖNETİMİ





| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Garanti Anadolu Sohbetleri |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : T. Garanti Bankası A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : A&B İletişim A.Ş. |
| ZAMAN | : 2000 - devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Derya Açar Ergüç, Büşra Cinsli, Neval Dereliöz |

PROJENİN ÖZETİ:

2000 yılından bu yana Anadolu'daki illerin gelişmesi için, her ile ait özel Ortak Akıl Toplantıları ile konuların belirlenip, ülkenin ve Dünyanın önde gelen otoriteleri ile Anadolu'da ki şehirlerde yapılan gelişim toplantıdır. Dünya Gazetesi ile beraber yürütülen bu projede, "O İLE ÖZEL" bir gazete çıkarılmaktadır. Bölgesel konu yönetimi modeli ile yapılan proje, bağımsız bir Kurumsal Kimlik ile bugüne kadar 18.500 şirkete ulaşmıştır. 59.'su yapılan bu toplantılar, Anadolu'da bugüne kadar gelişime yapılan en büyük yatırımdır. Garanti Bankası, bu proje ile iş ve ekonomi dünyasını bölgesel gerçeklerle değerlendirip, küçük ve orta ölçekteki işyerlerinin gelişimine katkı için yapılan bu toplantılarla, ülke kalkınmasına da önemli destek vermektedir.



| | |
|-------------------------|-----------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Çevre Gündemi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Toyotasa |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Global Tanıtım Halkla İlişkiler |
| ZAMAN | : 1 Ocak 2008 - 31 Aralık 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Değer Yayıcıoğlu Öztürk |

PROJENİN ÖZETİ:

Varlığını, toplum ve doğa ile uyum içerisinde sürdüren Toyota, sürdürülebilir toplum ve sıfır emisyon hedefi doğrultusunda, 360 derece çevre yönetimi uygulamaktadır. Toyotasa, kamuoyunu ve paydaşlarını, CO2 salımı ve zararlı gazların azaltılmasına yönelik önlemler, çevresel üretim teknolojileri ve çevreci araçları hakkında bilinçlendirmek amacıyla, iletişim kampanyası gerçekleştirmektedir. Toyotasa sürdürmekte olduğu iletişim kampanyası ile çevre bilinci oluşturulmasının yanı sıra, hükümet tarafından vergilendirme uygulamalarının, çevreci araçları destekler yönde düzenlenmesini de hedeflemektedir.

Toyotasa, Plazalarda müşterilerini CO2 emisyon kartları ve eko-sürüş broşürleri ile bilgilendirmekte, Türkiye'ye getirilen 30 Prius test aracı ile de hibrid teknolojisini tanıtmaktadır. Kampanya kapsamında Toyotasa çalışanları aktif rol alırken, medya ilişkileri, poster, broşür, kiosk, Çevre Önderlerini arıyoruz yarışması, www.cevreyikimkurtaracak.com web sitesi, STK'lar ve üniversitelerle işbirliği ve sosyal medya kullanılmıştır.





TEB

BNP PARIBAS ORTAKLIĞI

| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Sektörel Gelecek Stratejisi Konferansları |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : TEB Türk Ekonomi Bankası |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 21 Şubat 2008 - devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Leman Ergül |

PROJENİN ÖZETİ:

Türk Ekonomi Bankası; KOBİ BANKACILIĞI yaklaşımını, finansal - ticari ilişkinin çok ötesinde, "Banka - Kamu Kesimi - Sivil Toplum Örgütleri - Sanayici ve İş Adanı" gibi, KOBİ'lerle ilgili taraf olan aktörlerin işbirliğini sağlama ve bunu geliştirme gayreti eksenine üzerine kurmuştur.

SEKTÖREL GELECEK STRATEJİSİ KONFERANSLARI, sektörlerin potansiyellerini ortaya koymak, ortak geleceğini şekillendirecek kararlar alınmasını ve konferans çıktılarının sektör ilgilileri (sektör profesyonelleri, sivil toplum örgütleri, kamu kurumları) tarafından sahiplenilerek, sektörün gelişimine katkı sağlayacak platformların oluşumunu sağlamak amacıyla düzenlenen konferanslardır.

"Sektörel Gelecek Stratejisi Konferansları", sektörün duayenlerinin yanı sıra sektörde marka olmuş firmaların yöneticileri, ilgili sivil toplum örgütleri ve bürokratların katılımıyla gerçekleştiriliyor.

TEB KOBİ AKADEMİ SEKTÖREL GELECEK STRATEJİSİ KONFERANSLARI'na ilişkin sonuç raporlarına www.tebkobiakademi.com web sitesinden ulaşılabilir.



| | |
|-------------------------|---------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : OMO Türkiye Konsantre Ürün Lansmanı |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Unilever / OMO |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Ünite İletişim |
| ZAMAN | : 2008 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Çiğdem Yıldız |

PROJENİN ÖZETİ:

Türkiye deterjan pazarı hızlı bir rekabetin yaşandığı, güçlü markaların yer aldığı bir pazardır. OMO temizlik vaadi ve tüketicileriyle kurduğu duygusal bağ ile pazar liderliğini korumaktadır. 2008 yılı itibari ile sektörün önde gelen markaları, Sabun ve Deterjan Sanayicileri Derneği önderliğinde, konsantre ürünler üretmeye başladılar. OMO da konsantre ürün üretiminde ilk sıralarda yer alarak, tüketicilerine entegre iletişim çalışmaları yardımıyla, konsantre ürünlerin faydalarını aktardı. Tüketici iç görüşleri önderliğinde yapılan çalışmalarla konsantre ürünlere geçişin, deterjan kategorisinde bir devrim olduğunun altı çizildi. Çalışmalarını 3 fazda toplayan OMO, tüketicilerini öncelikle bilinçlendirmeye çalıştı. Ardından, canlandırma aşamasına geçildi ve son olarak da tüketicileri ikna adına faaliyetlerde bulundu.





MÜMSAD

Mutfak Ürünleri
ve Margarin
Sanayicileri
Derneği

UNITE
i l e t i Ő i m

| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Margarin Hakkında 7 Gerçek |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Mutfak Ürünleri ve Margarin Sanayicileri Derneği (MÜMSAD) |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Ünite İletişim |
| ZAMAN | : Nisan 2008 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Sibel İpek |

PROJENİN ÖZETİ:

Proje, “doğru zannedilen yanlışlardan” en çok etkilenen ve dünyada 139 yıldır tüketilen margarin hakkında önyargıları doğrulara dönüştürecek, margarin hakkında yanlış bilinen 7 bilimsel gerçek ile anlatıldığı bir bilinçlendirme kampanyasıdır. Kampanya dahilinde; medya bilgilendirme toplantıları düzenlendi. Yazılı ve görsel basında reklamlarla tüketicilere ulaşıldı. Bir yandan internet gibi önemli bir iletişim aracı kullanılarak tüketicilerin, margarin ve 7 gerçek hakkında detaylı açıklamaları bulabileceği www.7gercek.com sitesi hayata geçirildi sitede, tüketicilerden gelen tüm sorular tek tek yanıtlandı. Siteyi kampanya döneminde, 100.000 kişi ziyaret etti, 120.000 kişi de sayfayı görüntüledi.

Aynı zamanda, medikal çevreler ile de yüz yüze gelerek, bilgilendirme toplantıları gerçekleştirildi. Bazı konferans ve kongrelerde, margarin hakkındaki 7 gerçek aktarılarak, yüz yüze görüşmelerde bulunuldu. Örneğin, Türkiye Kalp ve Sağlık Vakfı'nın Kardiyoloji Bahar Sempozyumunda bir profesör sunumunda margarinleri anlattı. Bu vesile ile birçok kardiyolog, trans yağ konusunun çözüldüğünü öğrenmiş oldu.

Üç çocuk annesi ve anaokulu kurucusu Neşe Erberk, Beslenme ve Diyet Uzmanı Taylan Kümeli, Beslenme ve Diyet Uzmanı Selahattin Dönmez, Türkiye’de beslenme konusunda duayen bir isim olan Prof. Dr. Ayşe Baysal, projeyi destekleyerek kampanyamızda yer aldılar. Kampanyanın ilk etap başlangıcında ve sonunda margarin ile ilgili algı araştırması yapılarak proje değerlendirildi.

KURUM İÇİ İLETİŞİM



HSBC



| | |
|-------------------------|-----------------------------|
| PROJENİN ADI | : Açık Alan |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : HSBC Bank A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : Mayıs 2007 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Ömer Kayalıoğlu |

PROJENİN ÖZETİ:

Türkiye'nin web 2.0 mantığında kurgulanmış ilk kurum içi blog uygulaması "Açık Alan", şeffaf bir ortamda, özgür bir şekilde fikir paylaşımını sağlamak amacıyla, HSBC Bank A.Ş. bünyesinde hayata geçirildi.

Çalışma arkadaşlarımız, banka ile ilgili konulardan, kültür ve sanata, spordan teknoloji ve bilime kadar farklı konularda, serbestçe sisteme yazı ekleyebiliyorlar. Ayrıca, şubede satış yapan arkadaşlarımız başarı hikayelerini, deneyimlerini, soru ve görüşlerini Türkiye genelinde tüm diğer satış yapan arkadaşlarla paylaşabiliyorlar, yorumlar alıyorlar ve interaktif bir paylaşım ağından yararlanabiliyorlar. Sisteme eklenen yazılara, yine tüm çalışanlar tarafından serbestçe yorum yapılabiliyor. En çok okunan ve en fazla yorum yapılan yazılar, blog ana sayfasında listeleniyor. Çalışanlar beğendikleri yazıları "favorileri" arasına katabildikleri gibi beğendikleri kişileri (yazıları) veya ilgilendikleri kategorileri takibe alarak, o kişi yeni bir yazı eklediğinde ya da ilgilendikleri kategoriye yeni bir yazı eklendiğinde, anında e-posta yoluyla haberdar edebiliyorlar. Portal üzerinde arşivlenen ve üzerinde arama yapılabilen yazılar, aynı zamanda bilgi ve iletişim yönetimi açısından da önemli ve kolay kullanılabilir bir kaynak oluşturuyor.



| | |
|-------------------------|---------------------------------|
| PROJENİN ADI | : First Choice |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : DHL Express |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 1 Mayıs 2008 - 31 Aralık 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Selda Susal |

PROJENİN ÖZETİ:

Hem finansal hem de organizasyonel başarıya ulaşabilmek için şirket hedeflerini ve firma kültürünü, iç iletişim faaliyetleriyle çalışanlara doğru, anlaşılır ve uygun yöntemlerle iletmek gerekir. Servis sektöründe faaliyet gösteren DHL için, müşteri memnuniyeti sağlamak temel amaçlardan birisidir. Bu da çalışanların yaklaşımları, bilinç ve bilgi düzeyleri ile yakından ilişkilidir. Çalışanları motive ederek, onları iş süreçlerine, aktif bir şekilde dahil ederek, iş sonuçlarına katkı sağlamaları amacıyla 2008 yılında "First Choice", iç iletişim projesi hayata geçirilmiştir. First Choice, en üst seviyede müşteri memnuniyeti ve bağlılığı sağlamak için tüm çalışanların, müşteri odaklı iş yapış şeklini benimsemeleri ve müşterileri daha dikkatli dinleyerek, pazar araştırmaları doğrultusunda tespit edilen gelişim alanlarının, sistematik bir metodoloji ile çalışanlar tarafından geliştirilmesini amaçlayan bir iç iletişim inisiyatifidir. Proje kapsamında, çalışanların katılımı ile 5 ana proje geliştirilmiş, servis seviyelerinde %33'e varan iyileştirmeler yakalanmış, müşteri memnuniyeti arttırılmış ve önemli yeni müşteri kazanımları olmuştur.



Eczacıbaşı

| | |
|-------------------------|---------------------------|
| PROJENİN ADI | : “e tasarla” yarışması |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Eczacıbaşı Holding A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : Ağustos - Aralık 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Okşan Atilla Sanön |

PROJENİN ÖZETİ:

“e tasarla” yarışması, Eczacıbaşı Topluluğu’nun 2008 yılında dokuzuncusu gerçekleştirilen İnovasyon Buluşması etkinliği çerçevesinde, bir kurum içi iletişim projesi olarak düzenlendi. Yarışma kapsamında, Eczacıbaşı Topluluğu çalışanları, Eczacıbaşı logosunun “e” amblemini tüm yaratıcılıklarını kullanarak kuruluşları adına yeniden yorumladı. 27 kuruluşun katıldığı yarışmanın değerlendirilmesi, yine Eczacıbaşı çalışanları tarafından, topluluk kurumsal portalı üzerinden oylanarak yapıldı ve sonuçlar 1 Aralık 2008 tarihinde düzenlenen, İnovasyon Buluşması’nda açıklandı.

Eczacıbaşı’nın “e”sinin öne çıkarıldığı Eczacıbaşı logosu, topluluğun yenilikçi ve dinamik yapısını, insancılığını, toplumdaki örnek konumunu ve kurumsal değerlerini simgeliyor. Eczacıbaşı logosunun yansıttığı bu değerleri yaşatan, sürdürülebilir kılan Eczacıbaşılılar da “e tasarla” projesi ile topluluk amblemini içselleştirme ve Eczacıbaşı’lı olmak ruhunu yaratıcı çalışmaları ile amblemi üzerine aktarma fırsatı buldu. “e tasarla” yarışması, Eczacıbaşı oylama sırasında yaşanan çekişme ve sonuçlar açıklandıktan sonra paylaşılan coşku ile son derece interaktif bir çalışma oldu. Proje, bu yönleriyle motive artırıcı, kurum kültürünü ve Eczacıbaşı Topluluğu değerlerini pekiştirici bir rol üstlenmiş oldu.

KoçSistem.BİZ

BİRLİKTE İNANÇLA ZİRVEYE

| | |
|-------------------------|-------------------------------|
| PROJENİN ADI | : KoçSistemBiz |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : KoçSistem |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 1 Şubat 2008 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Banu Aydoğan |

PROJENİN ÖZETİ:

KoçSistem'in iç iletişim projesi, KoçSistemBİZ, adını, Birlikte, İnançla, Zirveye kelimelerinin baş harflerinden almıştır. Birlikte sözü ile başarmak, çalışmak, sorumluluk almak, eğlenmek, öğrenmek, sosyalleşmek; İnançla sözü ile hedefi gerçekleştireceğine, kurumuna, kültürüne, değerlerine, yöneticine ve yönettiklerine inanmak mesajları verilmektedir. Birlikte ve inancalı olduğumuzda, yani 'BİZ' olduğumuzda, KoçSistem ve KoçSistem'in çalışanları, uluslararası arenada güçlü birer marka olacak, Zirveye ulaşacak" denilmektedir.

Projenin stratejik hedefi, Türkiye Bilgi Teknolojileri sektörünün lider oyuncularından KoçSistem'in tüm çalışanlarının, "Türkiye'yi, bilişim teknolojileri alanında bölgesinin yıldızı yapma" vizyonunu benimsemelerinin sağlanmasıdır. Bu hedefe giden yolda BİZ ile; kurum içi iletişim faaliyetleri bir strateji doğrultusunda gerçekleştirilmekte, iç iletişim süreçlerinde süreklilik ve mesaj bütünlüğü sağlanmakta; çalışanların motivasyonunu artırmak, takım ruhu- aidiyet anlayışını yaratmak, kurum içi sosyal süreçlere daha yoğun katılımı sağlamak ve kurum kültürü ile değerlerinin çalışanlar tarafından benimsenmesini sağlamak amacıyla, çeşitli uygulamalar ve etkinlikler gerçekleştirilmektedir.



Garanti

| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Garanti Gelecek Toplantıları |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : T. Garanti Bankası A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 7 - 9 Kasım 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Derya Açar Ergüç, Merve Türkdoğan, Neval Dereliöz, Ceyda Keyman |

PROJENİN ÖZETİ:

Garanti Bankası stratejik önceliklerinin Gelecek Toplantıları ÇATISI ALTINDA, tüm çalışanlara yöneticiler aracılığı ile iletişiminin sağlanması amacı ile toplantılar düzenliyor. Gelecek Toplantıları Öncesi, Sırası, Sonrasını içeren film, müzik, canlandırma ile desteklenen katılımcıların, STAR SENSİN teması etrafında bir Hollywood yıldızı gibi hissettirilip, en başarılı uygulamalara Oscar verilmesi ile sonlanan bir süreçtir. Sürecin farklılaşma noktası, tek bir toplantı olmayıp, tüm çalışanlara dokunan tüm bölgelerin gezildiği, Management Road Show modelinde tasarlanmasıdır. Önceliklerin iletişiminin ve anlaşılmasının gerçekleştiğinin ölçümü uluslararası Investor In People sertifikasyonu ile onaylanmıştır. Tüm çalışanlara stratejik önceliklerin tüm ülke genelinde üst düzey yöneticilerin katılımı ile paylaşılması ile gerçekleştiğinden, endüstrideki yegane örnektir.

Johnson & Johnson BG | İletişim MEDICAL

| | |
|-------------------------|-----------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Gazete |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Johnson&Johnson Medikal Türkiye |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : BG İletişim |
| ZAMAN | : 1 Eylül 2007 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Ümit Dereli |

PROJENİN ÖZETİ:

Gazete, Johnson&Johnson Medikal Türkiye'nin 2004 yılı sonunda "Credo anketi" adlı memnuniyet değerlendirmesi sonrasında, öncelikli gelişim alanı olarak gördüğü iç iletişimi iyileştirmek amacıyla, üç ayda bir yayınlanacak bir dergi olarak yayın hayatına başladı. Genel Müdür'ün sponsorluğunda başlatılan ve çalışanların gönüllülük esasıyla katıldıkları Gazete projesi, her sayısında, hem tüm icra kurulu üyelerinin, hem de diğer çalışanların yazılarıyla yayınlandı.

2007 yılı ortasında, "Gazete" proje liderliği bir başka icra kurulu üyesine devredildi. Bu ikinci dönemde, ilk kez şirketin tüm iş birimi ve departmanlarının temsil edildiği yeni bir yazı işleri kurulu oluşturuldu. Proje lideriyle birlikte 6 kişi olan yazı işleri kurulu, ilk toplantısında iki temel yayın ilkesini benimsedi. Bunlar, çevre konusunda duyarlı bir yayın organı olmak ve başyazarlığı dönüşümlü olarak uygulamaktı. Gazetenin boyutu, planı ve içeriği yeniden düzenlendi. Gazete, geri dönüşümlü kağıda basıldı. Yeni formatı ile Gazete'nin 8. sayısını yayına hazırlamaktayız.

Kurum içi iletişimi iyileştirmek amacıyla başlatılan Gazete adlı iç iletişim yayını projesi, yalnızca kurum içi bilgilenmeyi sağlayan bir bülten olmanın ötesine geçerek, çalışanların kendilerini ifade ettikleri ve kurumsal bağlılık duygusunu da güçlendiren bir platforma dönüştü. Şu anda herkesin, yeni yazıları okumak için sabırsızlıkla beklediği ve eski sayılarını sakladığı, kurum kültürümüzün bir parçası olarak yaşamını sürdürüyor.





| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Çalışan Gözüyle Hayattan Kareler |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Anadolu Hayat Emeklilik MPR Halkla İlişkiler |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : MPR Halkla İlişkiler |
| ZAMAN | : Eylül 2008 - Şubat 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Betül Çağır, Tülay Ayalp Kılıçdağı |

PROJENİN ÖZETİ:

Çalışan Gözüyle Hayattan Kareler, Anadolu Hayat Emeklilik çalışanları arasında düzenlenen bir fotoğraf yarışmasıdır. Kurum içi iletişimi arttırmak, bunu yaparken sanata ve amatör/profesyonel fotoğraf sanatçısı çalışanlarına destek vermek isteyen Anadolu Hayat Emeklilik, 2008 Eylül - Aralık aylarında Çalışan Gözüyle Hayattan Kareler yarışmasını düzenlemiştir.

Çalışan Gözüyle Hayattan Kareler fotoğraf yarışmasına başvurular, 15 Eylül - 30 Kasım 2008 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Bu sürede yarışmaya, 68 Anadolu Hayat Emeklilik çalışanı, 182 fotoğraf ile başvurmuştur. Yarışmanın jüri üyeliğini Haliç Üniversitesi öğretim görevlisi Prof. Dr. Güler Ertan, fotoğraf sanatçısı İbrahim Zaman, TBWA Müşteri İlişkileri Direktörü Barış Gökpınar, MPR Pazarlama Halkla İlişkiler Yönetim Kurulu Başkanı Meral Saçkan ve Anadolu Hayat Emeklilik İletişim Müşaviri Betül Çağır yapmıştır. Jüri toplantısında, dereceye giren ilk 3 eser ve sergilenmeye değer bulunan 37 eser belirlenmiştir.

Fotoğraf yarışması için Anadolu Hayat Emeklilik'in, Yılbaşı Partisine özel bir sunum hazırlanmış, burada önce yarışmaya katılan tüm fotoğraflar çalışanlarla paylaşılmış, daha sonra kazanan ilk üç eser açıklanmıştır. Yarışma birincisine çift kişilik, 4 günlük Paris seyahati, ikincisine evinden limuzinle alınıp bırakıldığı, İstanbul'da çift kişilik hafta sonu tatili, üçüncüsüne de evinden limuzinle alınıp bırakıldığı, İstanbul'da çift kişilik akşam yemeği armağan edilmiştir.

Seçilen toplam 40 eser, İş Kuleleri -Kule Çarşısı'da açılan sergide 26 Ocak - 1 Şubat 2009 tarihleri arasında sergilenmiştir. Büyük bir ilgi ile karşılanan sergi ve fotoğraf yarışması için medyada özel haber çalışmaları yapılmıştır.



ZARAKOL
İLETİŞİM HİZMETLERİ

| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : “Çocuk Gözüyle Mikroplar” Resim Yarışması |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Roche Müstahzarları San. A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Zarakol Halkla İlişkiler A.Ş. |
| ZAMAN | : 25 Şubat 2009 - 10 Mart 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : İrem Çavuşoğlu |

PROJENİN ÖZETİ:

Roche Türkiye, 2006 yılından bu yana her yıl düzenli olarak 14 Mart Tıp Bayramı'nda, UNICEF Bağışıklama Kampanyası'na destekte bulunmaktadır.

Roche Türkiye, bu yıl, çalışanlar ve çocukları arasında kampanyaya ilişkin farkındalığın artırılması amacıyla, “Çocuk Gözüyle Mikroplar” isimli bir resim yarışması da düzenledi. Bağışıklama Kampanyası'na, 2006 yılından bu yana düzenli olarak destek veren Roche Türkiye, çocukların yaratıcı yönlerinin ortaya çıkarılarak, mikroplar, aşı ve bağışıklama konusundaki bilinç düzeylerini arttırmayı hedefleyen resim yarışmasında, mikropları en iyi anlatan resimleri ve çocukları sembolik olarak ödüllendirildi. Yaratıcılıklarını geliştirirken, bilinçlenen miniklerin heyecanına ortak olan Roche çalışanlarının da katıldığı ödül töreni sonrasında, yarışmaya katılan resimlerden oluşturulan sergi, Roche Türkiye'nin Maslak'taki merkez binasında açıldı. Çocuklara ödülleri, UNICEF Türkiye İyi Niyet Elçisi Müjdat Gezen'in elinden aldılar.



EUREKO
SİGORTA

| | |
|-------------------------|-------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Cin Fikir Kutusu |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Eureko Sigorta A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 1 Mart 2007 - 10 Nisan 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Esmâ Yalınçök |

PROJENİN ÖZETİ:

Çalışanlarımızın, yeni ve yaratıcı çözümler üretebilmeleri için tasarlanarak, 2007 yılında hayata geçen Cinfikir Kutusu şirketimizde kurum içi iletişimin en önemli aracıdır. Çalışanlarımızın işlerini analiz etmeleri ve sürekli daha iyisini yapmaya yönelik motivasyonları, yaratılan inovasyon iklimiyle desteklenmektedir. Şirket stratejimizin temelinde yer alan inovasyon, Cinfikir Kutusu ile tüm çalışanlarımızın hayatının ayrılmaz bir parçası olmuştur. İtranet üzerinden çalışan Cinfikir Kutusu, çalışanlarımızın her ay belirlenen bir konu hakkında öneriler gönderdiği bir sistemdir. Bu sistem sayesinde çalışanlarımız, her türlü yeni fikirlerini, görüş ve önerilerini rahatlıkla paylaşma gücü ve imkanı bulmaktadır. Sisteme gelen önerilerin değerlendirilmesi, inovasyon komitesi tarafından yapılmakta ve öneriler "hızlı kazanım", "proje fikri" ya da "red" şeklinde sınıflandırılmaktadır. En çok hızlı kazanım ve proje fikri gönderen kişi ya da birimler ödüllendirilir. Çalışanlarımız tarafından, önemli bir iletişim aracı olarak kabul gören Cinfikir Kutusu'na, kurulduğu günden bu yana 4000'in üzerinde öneri gelmiştir. Gelen önerilerden proje kurmaya gerek olmadan, günlük hayatta hemen faaliyete geçebilecek olanlar hızlı kazanım adı altında uygulamaya alınır. Proje fikri olarak kabul edilenler, öneriler için proje ekipleri kurulur. Mart 2008'de kasko sigortasında devrim niteliğinde bir yenilik olarak piyasaya çıkan, Kaskometre ürünü, Cinfikir Kutusu sürecinin en önemli kazanımlarından birisidir.

AVIVA SA

global
tanıtım
halkla ilişkiler
araştırma

| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Tasarruf Mucitleri Aranıyor |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : AvivaSA Emeklilik ve Hayat A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Global Tanıtım Halkla İlişkiler ve Araştırma A.Ş. |
| ZAMAN | : 6 Mayıs 2008 - 30 Mayıs 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Banu Orkun |

PROJENİN ÖZETİ:

2008 yılının başında yeni marka lansmanını "AvivaSA Geleceğini Biriktirir" mottosuyla yapan AvivaSA, tüm iletişim çalışmalarına tasarruf konseptini taşıma kararı almıştır. Henüz kriz söylentilerinin olmadığı bir dönemde, tasarruf fikrinin farkındalığını artırmaya yönelik birçok çalışma başlatmıştır. Bu kapsamda, konunun çalışanları arasında da bilinirliğini artırmak için tasarrufa yönelik bir yarışma düzenlemiştir.

Yarışmanın en önemli noktası; projelerin şirket içinde uygulanabilir, kolay, basit bir yolla hayata geçirilebilir olması ve ölçülebilir sonuçlar içermesiydi. Şirket içinde, "Tasarruf Mucitleri Aranıyor!" sloganı ile posterler, İntanet, kurum dergisi, mailing ve proje tanıtım toplantıları kanalıyla duyurulan yarışmaya, 35 AvivaSA çalışanı, 70 proje ile başvurdu. İlk elemenden başarıyla geçen beş proje, kısa listede yer aldı. Şirket içinde farklı birimlerin yöneticilerinden oluşan jürinin değerlendirmeleri sonucunda, AvivaSA Direkt Satış Adana Bölgesi'nden Hüseyin Selek'in, kağıt tasarrufu projesi birincilik kazandı.

Müşteri görüşmeleri için çıktısı alınan ve 10 adet A4 sayfasını bulan müşteri bilgilerinin, boş kağıt israfını önleyecek şekilde yeniden dizayn edilmesini içeren proje ile, sadece bilgi içeren ekranların basılmasıyla yıllık 45 bin TL tasarruf sağlanmış oldu. 29 Mayıs 2008 tarihinde sunulan projeyi, kısa bir süre sonra hayata geçiren AvivaSA, Tasarruf Mucidi yarışmasını düzenli olarak gerçekleştirme ve yaygınlığını yıllar bazında artırma kararı aldı.



BOYNER HOLDİNG

| | |
|-------------------------|----------------------------|
| PROJENİN ADI | : Boyner Grubu Gönüllüleri |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Boyner Holding |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 2003 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : İdil Türkmenoğlu |

PROJENİN ÖZETİ:

Kurum vizyon ve hedeflerinin, değerlerinin aktarılması, birlikte ve gönülden çalışma bilincinin paylaşılmasını sağlayan çok önemli bir araç var: Boyner Grubu Gönüllüleri.

2003 yılından beri bu isim ve logo altında toplanan gönüllü çalışanlar (Boyner Mağazacılık, Altınyıldız, AY Marka Mağazacılık, T-Box, Divarese, Beymen, Benetton, Backup, Dr.Backup, Çarşı Tatil ve Holding çalışanları), işlerinden ve özel yaşamlarından ayırdıkları zamanlarda, birlikte yaratıcı projeler geliştirip, kaynak yaratıp uygulayarak, topluma katkıda bulunuyorlar. Boyner Grubu Gönüllüleri, 2008 yılı içinde, çevreden, sağlık ve eğitime kadar çeşitli konularda 40'in üzerinde proje gerçekleştirerek, 3000 saatten fazla gönüllülük yaptı.

Topluma doğrudan katkısının yanısıra, çalışanların bağlılığının ve iletişimin çok önemli derecede arttığı somut olarak görüldüğü bu uygulama; 2007'de En Başarılı Gönüllülük Programı, 2008'de de En Yaratıcı Proje ödüllerine değer bulundu. Boyner Grubu, birçok özel şirket ve iletişim ajansı ile modelini paylaşma misyonunu da üstlendi.



| | |
|-------------------------|------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Kiler Radyo |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Kiler Perakende Grubu A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Bersay İletişim Danışmanlık A.Ş. |
| ZAMAN | : 1 Mart 2008 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Rifat Can İshakoğlu |

PROJENİN ÖZETİ:

Türkiye çapında 24 ilde 164 mağazası bulunan Kiler Perakende Grubu, bünyesinde hayata geçirdiği Kiler Radyo projesi ile hem mağazalar arasındaki iletişim ve koordinasyonu kuvvetlendirmek hem de hayatlarında birbirlerini hiç tanımamış farklı mağazalardaki çalışanlar arasında bir ilişki kurulmasına zemin sağlanması amaçlanmıştır. Kısa sürede mağaza personellerinin kendi deneyimlerini paylaştığı bir platform haline gelen Kiler Radyo, mağaza içi iletişimi kuvvetlendirmesinin yanında, mağazalar arası iletişimi de farklı bir boyut kazandırmıştır.

Bugün Kiler Holding yönetiminin, düzenli olarak canlı yayına katıldığı Kiler Radyo, tüm Türkiye çapındaki Kiler marketlerde çalışan personellerinin sıkıntılarından, fikirlerine kadar çeşitli bilgilerin paylaşıldığı bir mecra olma özelliğini kazanmıştır.



PAZARLAMA
İLETİŞİMİ ve
BÜTÜNLEŞİK
PAZARLAMA
PROJELERİ





DenizBank



bersay
iletişim danışmanlığı

| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Deniz Bank Tarım Şenliği |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Deniz Bank A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Bersay İletişim Danışmanlığı Tic. A.Ş. |
| ZAMAN | : 14 Mayıs 2008 - 30 Ağustos 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Kadri Mutlu |

PROJENİN ÖZETİ:

Proje, DenizBank'ın tarım sektörüne destek veren özel sektör bankaları arasındaki "ilk-öncü" konumunu pekiştirme amacı çerçevesinde; ülke çapında üreticilerle doğrudan teması güçlendirme ve "DenizBank Üretici Kart" kullanıcı sayısını artırma hedefi doğrultusunda gerçekleştirilmiştir.

Şenlik kapsamında, 1.600 kişilik saha ekibiyle tam 6.500 köy ziyareti gerçekleştirilmiş; etkinliklerde 3 milyon üreticiyle doğrudan temas kurma imkanı yakalanmıştır. Şenlik süresince sosyal aktivitelerden konserlere, eğitim seminerlerinden tarım sohbet toplantılarına, çekilişlerden avantajlı alışveriş kampanyalarına kadar pek çok faaliyet gerçekleştirilmiştir. "Bilgilendirme Toplantıları" ile 7.000'in üzerinde üreticiye global ekonomi, kuraklık, küresel ısınma, verimlilik hakkında bilgiler sunulmuştur. 2.400 üretici için sağlık taraması gerçekleştirilmiştir. Bu projede, TED ile özel bir işbirliğine imza atan DenizBank, maddi imkanı bulunmayan çiftçi ailelerinin başarılı çocuklarına, tam eğitim bursu sağlamış; aynı zamanda ihtiyacı olan köy okullarına bilgisayar bağışı yapmıştır. Projenin iletişimi, ulusal ve yerel bazda medya ilişkileri çalışmaları, etkinlik yönetimi ve pazarlama iletişimi araçları ile desteklenmiştir.



| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Sanset Gıda / Tadelle - “Çocukluğumun Anı Kutusu” |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Grup 7 İletişim Danışmanlığı A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Grup 7 İletişim Danışmanlığı A.Ş. |
| ZAMAN | : Ekim - Kasım 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Ebru Ü. Eren |

PROJENİN ÖZETİ:

Sanset Gıda, Tadelle'yi yeniden tüketicilerle buluşturmaya hazırlanıyordu. Grup 7, önemli bir hedef kitle olan medya mensuplarına markanın yeniden doğuşunu anlatmak ve merak uyandırmak hedefiyle bir proje geliştirdi. Tadelle'nin “çocukluğumuzun çikolata markası” olmasından yola çıkılarak iki ayaklı bir proje uygulandı. İlk adımda, medya mensuplarına, kimden gittiği belli olmayan kırmızı kadife bir kutu gönderildi. Kutuda, çocukluğumuzda biriktirdiğimiz posta pullarından bilyelere, topaçtan bez bebeğe kadar 1970'li ve 80'li yıllara ait nostaljik objeler yer aldı. Kutuya “Eski Bir Dost” imzalı, 70'li, 80'li yıllardaki trendlere vurgu yapan bir mektup konarak, “Çocukluğunuzun anı kutusunda eksik olan şey ne?” diye soruldu. Bir hafta sonra, aynı medya mensuplarına, yine kırmızı kadife kutularda, bu kez yeni Tadelle ürünleri gönderildi. “Eski Dostunuz Tadelle” imzalı mektupta ise, eski Tadelle reklamlarına, Tadelle'nin lezzeti ve marka değerine vurgu yapıldı.





Mercedes-Benz

| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Mercedes-Benz Türk A.Ş. 77. İzmir Fuarı Organizasyonu |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Mercedes-Benz Türk A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 22 - 31 Ağustos 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Başak Demiryumruk |

PROJENİN ÖZETİ:

Mercedes-Benz Türk A.Ş.'nin kuruluşundan bu yana katıldığı ve 2008 yılında 77.si düzenlenen İzmir Enternasyonal Fuarı, 22 - 31 Ağustos 2008 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Fuar sırasında, Mercedes-Benz markasını halkla yakınlaştırmak, fuar alanında katılımcıların aileleri ile birlikte hem öğretici, hem de eğlenceli aktivitelere katılımlarını sağlamak amacı ile çeşitli faaliyetlerde bulunulmuştur.

2.475 metrekairelik alanda, biri Türk Milli Futbol Takımları otobüsü olmak üzere 7 otobüs sergilenerek her araca özel olarak hazırlanan özel köşelerde turizm, yol ve Milli Takım temaları işlenmiştir. Araçlar etrafında ise aktiviteler organize edilerek, çocuklar için trafik eğitimi ve "Hayalimdeki Otobüs" resim saatleri, yetişkinler için ürün eğitimleri, sponsorluk bilgi yarışmaları düzenlenerek katılımcılara hediye kazanma şansı sağlanmıştır.

Etkinliklerin yanı sıra stand alanına gelen katılımcıların cep telefonlarının bluetoothlarını açmaları ve "Travego Yollarda" oyununu cep telefonlarına indirerek, keyifli vakit geçirmeleri sağlanmıştır.

Mercedes-Benz'in 41. Yılında yapılan bu farklı fuar katılımı ile marka sıcaklığı vurgulanmış, ürün eğitimleri ile 1.500 katılımcının ürün ve marka bilgileri artırılmış, 706 ilköğretim öğrencisine ulaşılarak, öğretmenler eşliğinde trafik eğitimi verilmiş, 2.350 kişinin cep telefonuna bluetooth ile mobil oyun gönderimi yapılarak, Travego hakkında ürün bilinirliği artırılmıştır.



bernaylafem®
iletişim ve marka yönetimi

| | |
|-------------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Coke Zero Türkiye Lansmanı |
| BAŞVURAN KURULUŞ Ltd. Şti. | : Bernaylafem İletişim ve Marka Danışmanlığı |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : Şubat 2008 - Nisan 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ Karaşahin | : Berna Sağlam Naipoğlu, Fem Güçlütürk |

PROJENİN ÖZETİ:

Coca-Cola Company olarak Türkiye'de Coca-Cola Light'dan sonra en büyük ürün lansmanı olan Coca-Cola Zero için hedef kitlede farkındalık yaratacak, ürünün özelliklerine uygun bir iletişim projesi üretildi.

Hem Coca-Cola'nın tadından vazgeçmek istemeyenler, hem de sıfır şeker isteyen tüketiciler için "Gerçek Coca-Cola tadı, sıfır şeker" sloganına uygun ve dual pozitivite içeriğine uygun bir iletişim planı hazırlandı.

Lansman öncesi çeşitli meslek gruplarından oluşturulan kanaat liderlerine ve basından seçilen kişilere, özel tasarım kutularla ilk şişelenen ürünler ve özel tasarlanan mini buzdolapları gönderildi.

Lansman, iletişim stratejisinden yola çıkılarak "1 gecede 3 parti" sloganıyla, aynı gecede 3 ayrı mekanda, peş peşe parti düzenlendi. Partilerde ev sahipliğini ünlü mekan sahipleri bizzat servis yaparak gerçekleştirdi. Beymen Brasserie'de başlayan parti, It's a Joke'da devam etti ve Blackk'de son buldu. Davetlilere Ece Sükan, İzzet Çapa ve Emre Ergani özel tasarım önlüklerle Coca-Cola Zero ikram etti.

Proje hem hedef kitlede, hem de yazılı ve görsel basında büyük ilgi gördü.



Garanti

| | |
|-------------------------|---------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : 444 Evim Mortgage Kampanyası |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : T. Garanti Bankası A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 24 Nisan - 24 Mayıs 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Okşan Bozkır Mirap, Didem Baltacı |

PROJENİN ÖZETİ:

Mortgage denildiğinde, uzmanlığı ile rakiplerinden ayrışarak ilk akla gelen banka olma amacıyla hazırlanan proje, 444 EVİM hattı ile başlatılmıştır. "Mortgage Uzmanı" konumlandırması ile lansmanı sırasında gerçek call center deneyimi yaşatılarak, paydaşlara anlatılan proje dahilinde, "mortgage ürün çeşitliliği" ve "özel eğitimli, sertifikalı Mortgage Uzmanları" ile farklılaşma sağlanarak, beyaz ev görseliyle ayrı bir kurumsal kimlik oluşturuldu. Reklam kampanyası da bu stratejiye uygun planlanan proje, BRNTRX Inquisition Starcom Mediavest Group'un tüm ülke genelinde yaptığı araştırmada %48.5 oranında ilk akla gelen banka olma amacını gerçekleştirmiştir.



TEB

BNP PARIBAS ORTAKLIĞI

| | |
|-------------------------|---------------------------------|
| PROJENİN ADI | : TEB Kobi Danışmanları |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : TEB Türk Ekonomi Bankası |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 21 Kasım 2008 - 10 Nisan 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Leman Ergül |

PROJENİN ÖZETİ:

Türk Ekonomi Bankası; KOBİ BANKACILIĞI yaklaşımını, finansal - ticari ilişkinin çok ötesinde "Banka - Kamu Kesimi - Sivil Toplum Örgütleri - Sanayici ve İş Adamı" gibi, KOBİ'lerle ilgili taraf olan aktörlerin işbirliğini sağlama ve bunu geliştirme gayreti eksenine üzerine kurmuştur. KOBİ'lerin sadece Bankası değil, aynı zamanda Danışmanı da olmayı hedeflemiş; birçok ilki gerçekleştirerek, sektörde farklı bir konum edinmiştir. KOBİ'lerle ilişkisinde Sosyal Sorumluluk bilinciyle hareket etmekte kalmayıp, KOBİ'lere Sosyal Sorumluluk anlayışını benimseterek onları geliştirecek projeleri hayata geçirmiştir.

TEB KOBİ DANIŞMANLARI projesi, 2005 yılında başlayan TEB KOBİ BANKACILIĞI yaklaşımının dayandığı temel iletişim stratejisi olan "Danışman Banka" üzerine konumlandırılmış ve bu stratejiyi destekleyen ve besleyen bir proje olmuştur. KOBİ'lere şubelerimizde hizmet veren müşteri temsilcilerimizi bankacılık donanımları yanında farklı donanımlarla zenginleştirmeyi hedeflediğimiz bu projede, KOBİ Bankacılığı bünyesinde bulunan tüm Portföy Temsilcileri konusunda uzman Eğitim Danışmanlık şirketi tarafından 22 aylık özel bir eğitime tabi tutulmaktadır. KOBİ'lere 360 derece bakabilme yeteneği kazanmaktadırlar. Müşteri Temsilcilerimizin aldıkları eğitimler TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi tarafından takdirle karşılanmış ve üniversite tarafından sertifikalandırılmıştır.



| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : VINOLIVE Bazaar - VINOLİVE - 5.Şarap, Zeytin, Zeytinyağı Ve Teknolojileri Fuarı Tanıtım Etkinliği |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : İzmir Büyükşehir Belediyesi / İZFAŞ |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 23 - 24 Mayıs 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Aynur Tartan |

PROJENİN ÖZETİ:

29 Mayıs - 1 Haziran 2008 tarihleri arasında gerçekleştirilen, 5. Şarap, Zeytin, Zeytinyağı ve Teknolojileri Fuarı'nın tanıtımına ve pazarlamasına destek olmak; Ege ve Akdeniz mutfağının vazgeçilmezleri zeytin, zeytinyağı ve şarabın kullanımını artırmak, perakende ürün satışı yapan fuar katılımcısı firmalara sıcak satış olanağı sunmak amacıyla hazırlanan VINOLIVE BAZAAR etkinliğinde, Uluslararası İzmir Fuar Alanı'nı da içinde barındıran Kültürpark'a bir zeytin, zeytinyağı ve şarap pazarı kurulmuştur. Pazarın stand, tasarım ve konstrüksiyonu yapılmış, firma katılımı ve kamuya duyurusu sağlanmış, hazır yiyecek satışı yapacak restaurantların amaca uygun hizmet ettiklerine ilişkin deneyimlenme sağlanmıştır. 15 firmanın katılımıyla gerçekleşen etkinlik, vatandaşlardan yoğun ilgi görmüş, fuarın pazarlama çalışmalarına ve tanıtımına aktif katkı sağlamıştır.



| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Show TV Yeni Yayın Dönemi Tanıtım Toplantıları |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : SHOW TV |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : Eylül 2007 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Nurcan Duman, Cansu İbili |

PROJENİN ÖZETİ:

Show TV'de yayınlanan bütün programların, medya satın alma ajanslarına ve müşterilere tanıtılması için hazırlanan özel toplantılar.



ÜLKER

| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Ülker Hero Baby “1, 2 ve 3 lira”lık mama kampanyası |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Yıldız Holding / Ülker |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : |
| ZAMAN | : 1 Ocak 2008 - 1 Şubat 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Zuhal Şeker |

PROJENİN ÖZETİ:

Türk gıda sektörünün öncüsü Ülker markasını da bünyesinde barındıran Yıldız Holding ve dünya bebek beslenme devi Hero'nun, yüzde 50-50 ortaklığıyla 2002 yılında kurulan Ülker Hero Baby'nin, 2003 yılında Ankara'da üretime başlayan, Türkiye'nin ilk tahıllı kaşık maması fabrikasından sonra, ikinci fabrika yatırımı da Ocak 2009'da faaliyete geçti. Türkiye'nin ilk ve tek yerli üreticisi konumundaki Ülker Hero Baby, bu ikinci fabrikasıyla, Türkiye'de ilk defa kavanoz püre maması üretmeye başladı.

Ülker Hero Baby “Her bebeğin dengeli ve yeterli beslenme hakkı vardır” misyonu doğrultusunda, fiyatlarını her kesimin ulaşabileceği seviyelere getirdi. Kavanoz püre mamalarda 1 TL'lik fiyatını, yatırım kararından 1 yıl önce uygulamaya başlayan Ülker Hero Baby, tahıllı kaşık mamalarındaki fiyatlarını da, ürün özelliklerine göre 2 ve 3 YTL olarak belirledi. Ülker Hero Baby, böylece tüm ailelerin sağlıklı bebek mamasına ulaşmasını ve sektörün büyümesine katkıda bulunmayı amaçladı.

Bu büyük yatırımı, doğru mesajlarla anlatmak amacıyla Ocak 2008'de başlayan yeni fiyat uygulamasına paralel olarak, 4 aşamadan oluşan etkili bir iletişim planı yürütüldü.



EFFECT

| | |
|-------------------------|------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Başarıya Yürüyenler |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Johnnie Walker |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Effect Halkla İlişkiler |
| ZAMAN | : Temmuz 2008 - Aralık 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Sevim Alaluf |

PROJENİN ÖZETİ:

Johnnie Walker ile Capital dergisinin birlikte gerçekleştirdiği "Başarıya Yürüyenler" projesinde, Türkiye'nin en genç ve başarılı genel müdürleri seçilmekte ve ödüllendirilmektedir. Johnnie Walker bu projeye, tüm dünyada sürdürmekte olduğu "kişisel gelişime ilham verme" felsefesinden yola çıkarak, Türkiye'deki genç profesyonel yöneticileri öne çıkarmayı ve teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Projenin ana hedefi, Johnnie Walker'ın tüketicileri ile duygusal bağ kurması ve marka stratejisinin hedef kitle nezdinde bilinirliğinin artırılmasıdır. "Başarıya Yürüyenler" yarışmasında ilk aşamada, yöneticiler aday gösterilmekte ve dört aylık bir süre içinde internet üzerinden kendilerine oy verilmektedir. En çok oyu alan 10 isim finale kalmakta ve bu 10 isim, saygın bir jüri tarafından değerlendirilmektedir. Bu yıl üçüncüsü gerçekleştirilen yarışmada finale kalan isimler, aralarında Akın Öngör, Lütfü Küçük ve Hasan Subaşı gibi iş dünyasını bilen ve uzun yıllardır sektörlerinde önemli başarılarla sahip olan isimler tarafından değerlendirildi. İlk üç olarak belirlenen Hasan Önder, Güldem Berkman ve Başak Soykan'a ödülleri, iş dünyasının katıldığı görkemli bir törenle verildi ve Hasan Önder Johnnie Walker üretim tesislerini ziyaret edebileceği İskoçya'ya gitmeye hak kazandı.



AKBANK medyaevi

| | |
|-------------------------|-----------------------------------|
| PROJENİN ADI | : “Fish” |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Akbank ve Medyaevi İletişim |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Medyaevi İletişim |
| ZAMAN | : Mart 2008 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Özlem Yalçın, Selma Uz Kaplangı |

PROJENİN ÖZETİ:

Türkiye'nin yenilikçi gücü Akbank, perakende ve hizmet sektörünün yaratıcı markalarını bir arada sunan Boyner Holding ile, Eylül 2008'de tüketicilere “Fish” markası altında, benzersiz bir kredi kartı sunmuştur. Fish, her iki grubun tüketicilere ayrı ayrı sundukları birçok hizmet ve ürünü bünyesinde barındırmakta ve sektörde bir ilk olma özelliği taşımaktadır. 11 Eylül 2008'de başlayan proje kapsamında, Fish'in lansmanı yapıldı. 14 Mart 2008 tarihinde de basınla ön bilgileri paylaşılan Fish'in özellikleri hakkında ayrıntılı bilgi verildi.

Rekabetin hızla arttığı kredi kartları pazarında, müşteri odaklılığı, yenilikçiliği ve yaratıcı çözümleri ile Fish birçok ilki temsil ediyor. 15 Eylül 2008 - 23 Mart 2009 tarihleri arasında 2074 kişiye 540 bin TL'lik bedava alışveriş hakkı, 200 bin kart, 223 kişiye 3.500.000 TL değerinde 225 ödül vererek Fish, şimdiden kırılması zor bir rekora imza atmıştır. Milli Piyango tarihinin en uzun ve en büyük bütçeli çekiliş kampanyasını gerçekleştiren, her gün, her hafta ve her ay daireden yelkenliye, James Bond Villası'na seyahatten bedava benzine, arabadan Harley Davidson motosiklete kadar, geniş yelpazede hediyeler dağıtan, bedava alışveriş hakkıyla hala bir ilk ve tek olan Fish'te, 10 TL'lik alışveriş karşılığında 1 çekiliş hakkı kazanılıyor.

Tefal
Ne varsa sende var

ZARAKOL
İLETİŞİM HİZMETLERİ

| | |
|-------------------------|------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Tefal - Actifry Türkiye Lansmanı |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Tefal |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Zarakol Halkla İlişkiler |
| ZAMAN | : Ağustos 2008 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Zümrüt Tamer / Ela Aldemir |

PROJENİN ÖZETİ:

"Besleyici ve Lezzetli" konsepti altında yeni bir ürün serisini üretim hattına sokan Tefal, kapsamlı Ar-Ge çalışmalarının en yenilikçi ürünlerinden biri olan Actifry'ın iletişimine Ağustos 2008'de başladı.

Tefal'in "Besleyici ve Lezzetli" konseptinin benimsenmesinde önemli bir rol üstlenen Actifry için, önce sağlık dünyasında kabullenilmek ve beslenme uzmanlarının desteğiyle tüketici tarafından benimsenmek iletişim stratejisinin temel eksenini oluşturdu.

Bu strateji lansman öncesi konu yönetimi; lansman sırası ve sonrası pazarlama iletişimi ve dolaylı olarak da Tefal'i üreten dünya küçük ev aletleri lideri Groupe SEB'in kurumsal değerlerini de tüketiciye taşıyan kurumsal iletişim yaklaşımını içermektedir.

Bu çalışmalarla Kasım ayının ilk günlerinde piyasaya çıkan Actifry, yılsonuna kadar belirlediği 10.000 adet satış hedefinin üzerinde bir performans göstererek 12.000 adetlik satış gerçekleştirdi.



KRİZ YÖNETİMİ





| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Karaköy İskelesi Kriz Yönetimi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : İDO İstanbul Deniz Otobüsleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Global Tanıtım Halkla İlişkiler Araştırma Özel Eğt. ve Danışmanlık Hizmetleri A.Ş. / Şeyda Uzun |
| ZAMAN | : 21 Kasım 2008 - 24 Kasım 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Tolga Uyar |

PROJENİN ÖZETİ:

Tüm ülkeyi etkileyen güçlü fırtınayla, 21 Kasım 2008'de, Karaköy İskelesi'nin batması esnasında; mevcut, eğitilmiş, operasyonel ve iletişim odaklı bölümlerden oluşan Kriz Ekibi; hedef kitleye yönelik ilişkileri, etkin bir şekilde yönetmiştir. İlk duyumla, iskele batmaya başlamadan olay yerine gelen Kriz ve Destek ekipleri, 48 saat boyunca tüm soruları yanıtlayarak, bilgi akışını sağlamışlardır. Halkla ilişkiler bölümü, 48 saat boyunca medya takip ve geri bildirimlerle iletişim planını güncellemiştir. İDO Teknik Ekibi ve Dalgıçları, kötü havaya rağmen detaylı inceleme yapmıştır. İletişim materyalleri hemen hazırlanmış, İDO çalışanları ve ilgili tüm kitleye gelişmeler, sürekli aktarılmıştır. İDO Genel Müdürü, olay süresince ve sonrasında her an ulaşılabilir durumda olmuştur. Olay günü ve olaydan 2 gün sonra, 2 ayrı basın toplantısıyla krizin kontrol altında olduğu mesajı verilmiştir. Can kaybı olmadığı, iskelenin bakım ve onarımının düzenli yapıldığı, şiddetli dalgaların denge tanklarını kırması nedeniyle iskelenin battığını kanıtlayan fotoğraf ve resmi evraklar, medya ile paylaşılmıştır. Geçici iskele, alternatif iskeleler, artırılan vapur seferleriyle ulaşımın sorunsuz süreceği aktarılıp, kurulacak yeni iskelenin planları paylaşılmıştır. İDO iskelelerinde, alternatif iskelelerin seferlerini içeren bilgi ilanları dağıtılmıştır. Vaatler yerine getirilerek, deniz ulaşımı sorunsuz sürdürülmüştür. Olaydan sonra, az sayıdaki negatif/güvensiz görüşler ise, sadece 3 gün içinde ortadan kalkmıştır.

ETKİNLİK YÖNETİMİ





| | |
|-------------------------|-----------------------|
| PROJENİN ADI | : 40. Yıl Kutlamaları |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Banvit A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Team İletişim |
| ZAMAN | : 4 - 22 Haziran 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : İlgı Görener |

PROJENİN ÖZETİ:

Banvit A.Ş., 2008 yılında kuruluşunun 40. Yıldönümünü kutladı. Kutlamalar, İstanbul ve kuruluş yeri olan Bandırma'da, farklı bir eğlence anlayışıyla gerçekleştirildi. Düzenlenen etkinlikler süresince Banvit, 40. Yılına ulaşmasında önemli paya sahip olan kurum içi ve kurum dışı paydaşlarıyla kuruluş coşkusu, bir şenlik havasında paylaştı.



| | |
|-------------------------|--------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Yarisfest |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Toyotasa |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Global Tanıtım |
| ZAMAN | : 1 Nisan 2008 - 31 Mayıs 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Oğuz Peker |

PROJENİN ÖZETİ:

Yarisfest, gençlerle Toyota'nın, dinamik ve inovaktif marka kimliğini buluşturmak ve samimi bir bağ kurmak amacıyla organize edilen müzik festivalidir. 2008 senesinde 2.'si düzenlenen Yarisfest, internet sitesine kayıt olan, 5060 üniversite öğrencisi tarafından desteklenerek, popüler kültürün bir parçası haline gelmiştir.

Nisan ayında başlayan yarışma, genç yeteneklerin yarisfest internet sitesine şarkılarını yükleyerek oy toplamalarını, ardından ilk 10'a kalan öğrencilerin Yarisfest'te sahneye çıkmalarını, kazananın single anlaşması yapmasını ve klibinin Dream TV'de yayınlanmasını içermiştir.

Festival ve yarışma, DJ kabinine dönüştürülen ve üniversiteleri ziyaret eden DJ Yaris, 18 kampüs ve İstanbul sokaklarında kullanılan poster ve broşürler, sosyal medya ve medya ilişkileri vasıtasıyla duyurulmuştur. 31 Mayıs 2008 tarihinde Park Orman'da düzenlenen festivalde; Mor ve Ötesi, Duman, Nil Karaibrahimgil ve Yüksek Sadakat gibi müzisyenler gençlerle buluşmuştur.





| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : İçimizden Biri |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Koç.Net Haberleşme Teknolojileri ve İletişim Hiz. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 22 Ağustos 2008 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Okyar Tuncel |

PROJENİN ÖZETİ:

BiRi ADSL, lansman döneminde başlayıp halihazırda devam eden "İçimizden BiRi" mottolu etkinlik ve guerilla çalışmaları...

Proje, Eylül 2008'de başlamış olan sokak etkinliklerimiz, her türden bilinirlik ve farkındalık yaratmaya yönelik pazarlama faaliyetlerimiz ve birebir iletişim çalışmalarını içermektedir.

İletişimin Alternatifi BiRi'den, her yerde gördüğünüz ve göreceğiniz marka karakterimize giden yolun özetidir.



Mercedes-Benz

| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Mercedes-Benz Türk A.Ş. Travego Firarda Üniversite Konserleri |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Mercedes-Benz Türk A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 3 - 28 Mayıs 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Başak Demiryumruk |

PROJENİN ÖZETİ:

Türkiye'de geniş bir yolcu kitlesini oluşturan üniversite öğrencilerinin, Mercedes-Benz markasına sıcaklık duymalarını, seyahatlerinde Mercedes-Benz markasını tercih etmelerini ve yeni çıkan otobüs modeli olarak Travego'yu, daha yakından tanımalarını sağlamayı amaçlayan, Travego Firarda Üniversite Konser etkinliği projesi hayata geçirilmiştir.

2006 yılında, üniversitelerin sevdiği müzik gruplarından Seksendört ile başlatılan konser etkinlikleri, 2007 yılında Yüksek Sadakat ve 2008 yılında Pinhani ile gerçekleştirilmiştir. Konserler her yıl Mayıs ayı içerisinde, kararlaştırılan üniversitelerin şenlik tarihlerinde gerçekleştirilmiştir. 3 yıl içerisinde Anadolu'da 27 ilde düzenlenen ve 311.000 öğrenciye ulaşan Travego Firarda Üniversite Konserleri, öğrencilere ücretsiz olarak sunulmaktadır.

Proje için özel olarak geliştirilen web sitesi üzerinden, her yıl hem öğrencilere duyurular gönderilmekte, hem konser bilgi ve görüntüleri bu sitede paylaşılmakta, hem de öğrenci bilgileri derlenerek, öğrencilere konser alanında hediyeler verilmektedir.

Markaya ve ürüne anlamlı katkıları olan, Mercedes-Benz ile üniversite öğrencilerini buluşturan bir platforma dönüşerek büyüyen Travego Firarda Üniversite Konserleri, Travego otobüsünün üniversite öğrencileri arasında bilinirliğini de %35 artırmıştır.





| | |
|-------------------------|------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Kanyon Urban Reflections Weekend |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Pro İletişim |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Pro İletişim |
| ZAMAN | : 14 - 15 Haziran 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Nazlı Eke |

PROJENİN ÖZETİ:

Proje, metropolleşen ve gettolarla genişleyen büyük şehirlerde yaşayan gençlerin, önce kendi semtlerinde başlattıkları aktivitelerin zamanla kolektif bir form alıp, neredeyse tüm metropollere yayılan kültür yansımaları olmasından yola çıkılarak gerçekleştirildi. İstanbul şehir hayatının ve mimarisinin en önemli merkezlerinden biri olan Kanyon, esin kaynağını tamamen şehirden ve şehir hayatından alan Kanyon Urban Reflections Weekend'de, iki gün süreyle spor, sanat ve müzik etkinliklerinin bir arada sunulduğu canlı performanslara ev sahipliği yaptı. Etkinliğin son günü, Kanyon çevresinde WWF - Türkiye (Doğal Hayatı Koruma Vakfı) yararına, Urban Moves adı altında eğlenceli ve sürprizlerle dolu yürüyüş düzenledi ve katılımcılara şehir yaşamının bir parçası olma fırsatı verildi.



| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : 77. İzmir Enternasyonal Fuarı Açılış Töreni |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : İzmir Büyükşehir Belediyesi - İZFAŞ A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : |
| ZAMAN | : 21 - 22 Ağustos 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Aynur Tartan |

PROJENİN ÖZETİ:

"77.İEF Açılış Töreni"

Ülkemizin, 77 yıllık sürekliliği olan ilk ve tek uluslararası fuar organizasyonu olan İzmir Enternasyonal Fuarı'nın Resmi Açılış Töreni, 22 Ağustos 2008 tarihinde gerçekleştirilmiştir.

Fuar bir yandan İzmirli ve tüm Ege'li kucaklarken, bir yandan da Türkiye ekonomisine ve sosyal hayatına yön veren kuruluşları ve onların karar mekanizmalarında yer alan kişileri bir araya getirme misyonunu, başarıyla sürdürmektedir. 1000'i aşkın firma, 60'ı aşkın ülke katılımının olduğu fuarı, 1 milyona yakın kişi ziyaret etmektedir.

Geleneğinde görkemli açılış törenleri bulunan fuarın, 77.'sinin açılış seremonisi; Devlet Erkânının, İzmir Protokolünün, Yabancı Devlet Bakanlarının, ziyaretçilerin ve İzmir Halkının katılımıyla, İzmir Lozan Meydanı'nda organize edilmiştir. Tören hazırlıkları Lozan Meydanının bir gece öncesinden trafiğe kapatılması ve meydana kırmızı halı kaplanarak 1500 adet sandalye dizilmesi ile tribünlerin kurulmasıyla başlamıştır. Sahne, ses - ışık kurulumu, sahne üzeri aktivitelerinin planlanması, meydan aktivitelerinin planlanması, alan süslemesi, protokol konuşma ve oturma düzenlerinin belirlenmesi, etkinliğin başlıklarını oluşturan aksiyonlar olarak sıralanabilir. Yaklaşık 2.000 kişinin izlediği tören 45 dakika sürmüş, üst düzey protokolün sahne üzerinde kurdele kesmesiyle sona ermiştir.





| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Uluslararası İzmir Bando Gösterisi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : İZMİR BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ / İZFAŞ A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : İZFAŞ İLETİŞİM KOORDİNATÖRLÜĞÜ |
| ZAMAN | : 20 - 22 Ağustos 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Aynur Tartan |

PROJENİN ÖZETİ:

Değişen global ticaret ve fuarcılık anlayışının yansımalarına paralel olarak, uluslararası boyutta ticari fuar olma özelliğini yitirmeye başlayan İzmir Enternasyonal Fuarı'nı, "Kültürel" anlamda uluslararası düzeyde tutmayı sağlamak, müziğin evrensel dili ve bandoların coşkusu ile İzmirli, 77. İzmir Enternasyonal Fuarını ziyaret etmeye çağırılmıştır. Etkinlik takvimi olarak, Fuar açılış günü ve öncesindeki 2 günü kapsamıştır. Bando Gösterileri, Kordon Boyunda düzenlenen kortej ile başlamış, önceden planlanan program dâhilinde, İzmir caddeleri ve meydanlarında devam etmiş; açılış günü tören alanına doğru planlanan ters kortej ile son bulmuştur. Etkinliğin amacı doğrultusunda, Gösteriler boyunca halkla sıcak bir iletişim kuran bando ekiplerinin, İzmirli fuara yönlendirmesi planlanmıştır. Fransa, Çin, Mısır, Çek Cumhuriyeti, Bulgaristan ve Türkiye'den katılan bando ekipleri ile gerçekleştirilen etkinlik sonrası yapılan anketlerde, Bando Gösterilerinin İzmirli, eski İzmir fuarlarının coşkusu hatırlattığı ve fuarı görme isteği yarattığı tespit edilmiştir.



| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Nostaljik Fuar Gazinosu |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : İZMİR BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ / İZFAŞ A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : İZFAŞ / İletişim Koordinatörlüğü |
| ZAMAN | : 1 - 7 Eylül 2007 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Aynur Tartan |

PROJENİN ÖZETİ:

Gazino Kültürü, bir dönem, eğlence yaşamının vazgeçilmezlerinden biriydi. Bünyesinde ticaretin yanı sıra, sosyal yaşamın renklerini de barındıran bir organizasyon olarak İzmir Enternasyonal Fuarı da, sıradan insanın gözünde gazinolarla özdeşleşmişti. Yok olmaya başlayan gazino kültürünü, gelecek nesillere tanıtmak, özlemini çekenlerin hasret gidermesini sağlamak için düzenlenen Nostaljik Fuar Gazinosu, İzmirliilerin olduğu kadar gazino sahnelerini özleyen sanatçıların da yoğun ilgi gösterdiği bir etkinlik oldu. 76. İzmir Enternasyonal Fuarı kapsamında düzenlenen etkinlikte, fuarın simge gazinolarından biri olan "Göl" gazino olarak yeniden düzenlenmiştir. Gazino kültürünün bir uzantısı olarak sanatçı kadrosu oluşturulmuş ve sahne alması sağlanmıştır. Nostaljik Fuar Gazinosu'na, Muazzez Abacı assolist, Ateşböceği Ercan sunucu, Coşkun Sabah, Yeliz, Bedia Akartürk ve Nurhan Damcıoğlu da kadro olarak katkı sağlamıştır.



ÜLKER

| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı Ücretsiz Film Gösterimi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Yıldız Holding / Ülker |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 19 - 20 Nisan 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Zuhal Şeker Tucker |

PROJENİN ÖZETİ:

Yıldız Holding'in amiral markası Ülker, kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin odağına, "her insan, hangi ülkede yaşarsa yaşasın, güzel bir çocukluk geçirme hakkına sahiptir" misyonundan yola çıkarak, çocukları yerleştiriyor. Spor ve kültür - sanat alanında farklı projelere imza atarak, çocukların etkinlikler aracılığıyla eğitilmelerine ve sosyalleşmelerine fırsat tanıyor.

Bu kapsamda Ülker, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nda "çocukların bayram anısı" olabilmek amacıyla, Ücretsiz Sinema Gösterimi gerçekleştiriyor. Projenin ilk yılında, Ülker'in katkılarıyla gösterime giren Macera Adası (Nim's Island) filmi, 19-20 Nisan 2008 tarihleri arasında, Türkiye çapında 33 ilde, 125 salonda ücretsiz gösterildi. Seans çıkışlarında Ülker ürünlerinden oluşan 81.000 adet hediye kutusu dağıtıldı. Etkinlik boyunca 270 saha görevlisinin yanı sıra 143 Ülker çalışanı da aktif olarak sahada görev yaptı. Film, 2 gün boyunca 125.000'i çocuk olmak üzere toplam 165.000 kişi tarafından izlendi.



EFFECT

| | |
|-------------------------|-----------------------------|
| PROJENİN ADI | : Black Label Unseen |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Johnnie Walker |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Effect Halkla İlişkiler |
| ZAMAN | : Mart 2008 - Şubat 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Sevim Alaluf |

PROJENİN ÖZETİ:

Johnnie Walker, tüketicisinin ürün tercihini daha bilinçli yaptığı ve daha premium ürünlere yöneldiği bilgisinden yola çıkarak, "Black Label Unseen" adlı bir etkinlik platformu oluşturmuştur. Johnnie Walker Black Label'ın derinliğinin anlatımı üzerine oluşturulan projede, "gözler kapalı olduğunda zihnin diğer duyuları daha fazla ön plana çıkarması, edinilen deneyimlerin derinleşmesi ve zenginleşmesi" sebebiyle, tüm tanıtımın gözü kapalı şekilde yapılması sağlanmıştır. Projenin lansmanı, tamamen karanlıkta yemek yenen ve görme özürü garsonların servis yaptığı, Londra'daki Dans Le Noir adlı restorana yapılan basın gezisi ile gerçekleştirilmiştir. Projenin gücünün artırılması için ünlü tiyatrocusu Ali Poyrazoğlu ile işbirliği yapılmış ve Johnnie Walker Black Label'ın derinliğine ve farklı malt viskilerin olağanüstü harmanından oluşmasına referans veren bir varyete şov hazırlanmıştır. Klasik mentor aktivitelerinden farklı olarak, davetlilerin ürünü, Poyrazoğlu eşliğinde karanlıkta gözleri kapalı olarak deneyimlediği ve farklı yolculuklara çıktığı Black Label Unseen serisi hayata geçirilmiştir. İki Savarona'da gerçekleşen etkinlik, on defa farklı mekanlarda, basın ve hedef kitlesiyle buluşmuştur.



KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK



PETDER

PETROL SANAYİ DERNEĞİ

| | |
|-------------------------|--------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Atık Yağların Yönetimi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : PETDER Petrol Sanayi Derneği |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Aydın Özbey |
| ZAMAN | : 1 Nisan 2004 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Erol Metin |

PROJENİN ÖZETİ:

Çevre ve Orman Bakanlığı tarafından 2004 yılında yayınlanan, "Atık Yağların Yönetmeliği" ile çevre ve insan sağlığı için tehlike oluşturan, atık motor yağlarının doğru koşullarda kayıt altına alınıp, toplanması ve uygun koşullarda bertaraf edilmesi öngörülmüştür. Yönetmelikle birlikte, motor yağı üreticilerine ve araç ithalatçılarına (yurt dışından getirilen araçların içinde bulunan yağdan dolayı), üretmiş oldukları motor yağı atık hale geldikten sonra, toplama ve geri dönüşümünü sağlama yükümlülüğü getirilmiştir. Yükümlülük sahibi motor yağı üreticileri yönetmelikten kaynaklı yükümlülüklerini yerine getirmek amacı ile ülkemizin önde gelen akaryakıt, LPG ve madeni yağ üreticilerinin oluşturduğu Petrol Sanayi Derneği'nin çatısı altında, 12 Nisan 2004 tarihinde Petrol Sanayi Derneği İktisadi İşletmesi'ni kurmuş, etkin bir şekilde motor yağlarının toplanması amacı ile 30 Temmuz 2004 tarihinde, Çevre ve Orman Bakanlığı ile bir işbirliği protokolü imzalanmıştır. 30 Temmuz 2008 tarihinde yayınlanan, Yeni Atık Yağların Kontrolü Yönetmeliği hükümleri çerçevesinde, Bakanlık tarafından atık yağlarının toplanması konusunda 2 Eylül 2008 tarihli yazı ile Yetkinleştirilmiş Kuruluş olarak atanmıştır. 5 yıldır kesintisiz olarak ülke geneline yaygınlaştırılmış bir şekilde, bedelsiz hizmet sunulmakta, tüm araç motor yağı değişimi yapılan noktalardan (servisler, akaryakıt istasyonları, belediyeler, kamu kuruluşları) toplanan motor atık yağları, çevreye zarar vermeden ülke ekonomisine kazandırılmaktadır.



EUREKO

SİGORTA

PROJENİN ADI : **Bilinçli Çalışan Hareketi**

BAŞVURAN KURULUŞ : Eureko Sigorta A.Ş.

HALKLA İLİŞKİLER AJANSI : -

ZAMAN : 1 Kasım 2008 - 10 Nisan 2009

İLGİLİ KİŞİ : Esmâ Yalınçök

PROJENİN ÖZETİ:

"Bilinçli Çalışan Hareketi", çocuklarımızın emaneti olan dünyamızı kirlenmeden teslim etmeyi görev bilen Eureko Sigorta çalışanları tarafından hayata geçirilen, bir çevre projesidir. Eureko Sigorta Çevre Politikası'nın hazırlanması ile başlayan projede, sınırlı kaynakların aşırı tüketimine ve geri kazanıma dikkat çekilmiştir. Projenin özünü şirket olarak, kurumsal bir dünya vatandaşı olmamız ve çevreye karşı sorumluluklarımızın farkında olmamız oluşturmaktadır. Bu yüzden projeye, "Farkında mısın?" sorusuyla hayat verilmiştir. Hazırlanan afiş, sticker ve çeşitli ürünlerle desteklenen proje, görsel mesajlarla çevremiz için yapabileceğimiz şeyler olduğunu hatırlamamızı sağlamaktadır. Diğer taraftan, iç iletişimimizin önemli bir parçası olan intranette açılan çevre sayfasıyla, çalışanlarımızın her gün çevre ile ilgili mesajlara ulaşması sağlanmakta, şirketimizin ve çalışanlarımızın çevre için yaptığı katkılar istatistiksel olarak ölçümlenmekte ve sonuçlar çalışanlarımızla paylaşılmaktadır. Proje lansmanında, çalışanlarımıza kağıt bardak yerine kullanmaları için kupa ile geri dönüşümlü kalem seti ve not defteri hediye edilmiştir. Bilinçli Çalışan Hareketi'nin logosu da olan Çevreci Penguenin kağıt kullanımı, geri dönüşüm, su tüketimi gibi konularda mesajlar verdiği bir animasyon film hazırlanarak, lansman sırasında çalışanlarımızla paylaşılmıştır. Projenin uygulanmasıyla beraber aylık kağıt bardak, plastik bardak, A4 kağıt kullanımı ve su tüketiminde azalma sağlanmıştır.





bersay
iletişim danışmanlığı

| | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : E-fatura |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Türk Telekomünikasyon A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Bersay İletişim Danışmanlığı A.Ş. |
| ZAMAN | : 13 Şubat 2008 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Esra Eğilmez |

PROJENİN ÖZETİ:

Türk Telekom, Maliye Bakanlığı'nın, Şubat 2008'de aldığı kararla, e-faturaların kıymetli evrak olarak kabul edilmesi üzerine ilk e-fatura uygulamasını başlattı. E-fatura uygulaması çerçevesinde ilk olarak, kendi arşiv kopyalarını e-fatura'ya geçiren Türk Telekom, müşterilerinin e-faturaya geçişini özendirmek için ücretsiz konuşma dakikaları hediye etti.

Türk Telekom e-fatura'ya geçerek, doğanın korunmasına katkıda bulunan müşterilerine teşekkür etmek amacıyla, Türkiye'de 100 bin ağaç dikilmesini hedefleyen "e-Fatura Ormanları" projesini hayata geçirdi.

İl Müdürlükleri'nin ev sahipliğinde gerçekleştirilen dikimlere, bölgede bulunan Türk Telekom okullarının öğrencileri de katıldı. E-fatura ormanları için tasarlanan tabela ile ormanlarda aynı branding'in kullanılması sağlandı. E-fatura ormanları bugün itibarı ile 32 ilde 44 bin ağaca ulaştı.



| | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Renkli Ufuklar |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Visa Europe |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Grup 7 İletişim Danışmanlığı A.Ş. |
| ZAMAN | : 1 Ocak 2007 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Didem Karabuda |

PROJENİN ÖZETİ:

Visa Europe'un, 23 üye Türk bankasının desteğiyle, TEGV ve TOG ile işbirliği içinde, 2007 yılında başlattığı "Renkli Ufuklar" sosyal sorumluluk projesi, ilköğretim çağındaki çocuklara hayatın sunduğu farklı fırsatları değerlendirebilmelerini sağlayacak, yaşam ve öğrenme becerilerini kazandırmayı hedefliyor. Eğitim programlarıyla, sorgulayan, çok yönlü düşünebilen, kendi kararlarını alabilen ve geleceğini planlayabilen çocuklar yetiştirmek hedefleniyor.

"Renkli Ufuklar", Visa Europe Türkiye'nin, bu büyüklükteki ilk kurumsal sosyal sorumluluk projesi olurken, aynı zamanda, Türk kartlı ödemeler sektöründeki bankaları bir araya getiren bu çaptaki ilk sosyal sorumluluk projesi olma niteliğini de taşıyor. Visa Europe çalışanları ve üye bankalar, Renkli Ufuklar'ı gönüllü çalışmalarlarıyla destekliyor, bankaların müşterilerine yönelik yaptığı iletişim çalışmalarında Renki Ufuklar'a yer veriyor ve gönüllü çalışmalar için uygun zemini yaratıyorlar.

2009 yılından itibaren TEGV'le birlikte yürütülen Renkli Ufuklar projesiyle bugüne kadar toplam 30 bin çocuğa ulaşıldı. Eğitim programlarından yararlanan çocuklar arasında yapılan değerlendirmede, çocukların kendilerini ve meslekleri tanımaya yönelik tutum ve davranışlarının olumlu yönde değiştiği, benlik saygılarının, sözel ve zihinsel becerilerinin etkinlikler sonunda, istatistiksel olarak anlamlı ölçüde arttığı gözlemlendi.



| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | :Borusan Kocabıyık Vakfı “Avcılar Modeli” |
| BAŞVURAN KURULUŞ | :Borusan Holding |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | :Tribeca İletişim Danışmanlık |
| ZAMAN | :Eylül 2007 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | :Şule Yücebıyık, Neslihan Opus |

PROJENİN ÖZETİ:

Avcılar İlçe Eğitim Müdürlüğü'nün düzenlediği, öğretmenlerin müfredat değişikliklerine uyum sağlamalarını, ilköğretim çağındaki öğrencilerin kişilik gelişimini desteklemeyi; anne babaları eğitmeyi amaçlayan “Avcılar Modeli” projesi, Borusan Kocabıyık Vakfı'nın katkılarıyla, Eylül 2007'de başladı. Proje “Hizmet İçinde Branş Geliştirme Eğitimi” ile 1000'e yakın öğretmene eğitim verildi.

Gençlerin şiddetten uzak durmalarını ve sağlıklı kişilik gelişimlerini sağlamak amacıyla düzenlenen Anne- Baba Eğitimi'nde 35 rehber öğretmene 120 saat eğitim verildi. 30 bin aileye ücretsiz kitap dağıtıldı. Uygulamalı model çalışmalarında, 18 bin veli eğitildi. 168 sorunlu öğrenciye yardım sağlandı. 1000'e yakın ev ziyareti gerçekleştirildi.

Avcılar'daki pilot uygulamanın ardından “Anne - Baba Eğitimi”nin Türkiye çapında gerçekleştirilmesine karar verildi.



| | |
|-------------------------|----------------------------|
| PROJENİN ADI | : Akıllı Çocuk Sofrası |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Banvit A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : |
| ZAMAN | : Şubat 2008 - Aralık 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : İlgi Görener |

PROJENİN ÖZETİ:

Yeterli ve dengeli beslenme eğitimi projesi olan "Akıllı Çocuk Sofrası", İstanbul, İzmir, Ankara, Bursa, Antalya, Adana ve Bandırma'daki ilköğretim okullarında gerçekleştirildi.

Milli Eğitim Bakanlığı'nın işbirliği, Hacettepe Üniversitesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü danışmanlığında hayata geçirilen proje ile 1.100 ilköğretim okulunda, 850 binin üzerindeki öğrenci ile 23.200 öğretmene, yeterli ve dengeli beslenme, fiziksel aktivite ve temel hijyen eğitimleri verildi.

Verilen mesajların kalıcı olması amacıyla eğitimlerde Şişli Terraki Vakfı Okulları'nda, yine ilköğretim öğrencilerinin hazırlayıp seslendirdikleri "Cem ile Cemile"nin maceralarının anlatıldığı çizgi filmler kullanıldı. Ayrıca öğrencilere bilgilendirici kitapçıklar dağıtılarak, isimli bir web sitesi kurularak, projenin interaktif ve sürdürülebilir hale getirilmesi sağlandı.



| | |
|-------------------------|------------------------|
| PROJENİN ADI | : Kadın İçin Teknoloji |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Teknosa |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Medyaevi İletişim |
| ZAMAN | : 2007 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Banu Karamuk |

PROJENİN ÖZETİ:

Kadın İçin Teknoloji projesi, Türkiye'nin lider teknoloji perakendecisi Teknosa'nın "Herkes için Teknoloji" felsefesiyle hayata geçiriliyor. Türkiye'de kadınların %42'sinin hiç bilgisayar kullanmamış olması, projenin doğuşuna ilham verdi. Toplumsal gelişimin sürdürülebilir kılınmasında kadınların çok önemli bir rol üstlendiğine inanan Teknosa, Kadın İçin Teknoloji kapsamında, ücretsiz bilgisayar eğitimleri hazırladı. 2007 yılında başlayan eğitimler, bugüne kadar Şanlıurfa, Van, Trabzon, İzmir, İstanbul, Kars, Ankara, Samsun, Afyon, Diyarbakır illerinde başarı ile tamamlandı. 3000'e yakın kadın, bilgisayar kullanmayı öğrenerek, kişisel gelişimleri için de önemli bir adım attı. Eğitimler sonucunda yapılan anketlerde kadınlarımızın, özellikle çocuk gelişimi, sağlık, banka işlemleri, ev alışverişi gibi günlük hayatlarını kolaylaştıran pek çok işlemi internet üzerinden gerçekleştirmeye başladıkları gözlemlendi. Çocukları yetiştiren, yarının temellerini atan kadınları hayatın içine katmayı hedefleyen Kadın İçin Teknoloji projesi, Habitat İçin Gençlik Derneği ve Microsoft desteğiyle sürdürülüyor.

**TEB**

BNP PARIBAS ORTAKLIĞI

| | |
|-------------------------|----------------------------------|
| PROJENİN ADI | : TEB Akıl Fikir Kampusu |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Türk Ekonomi Bankası A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : Nisan 2008 - Devam etmektedir. |
| İLGİLİ KİŞİ | : Mine Çetin, Ebru Başak Turgut |

PROJENİN ÖZETİ:

Akıl Fikir Kampusu, üniversite öğrencilerinin İnovasyon konusundaki farkındalığını artırmak, iş dünyasında başarılı olmak için gerekli yetkinlikler konusunda öğrencileri bilgilendirmek, TEB üst yönetimiyle bir araya getirerek profesyonel hayatı tanıtmak amacıyla hayata geçirilen bir eğitim projesidir.

Proje, engelli öğrencilere özel olarak da düzenlenerek; Engelsiz Kampus adıyla, kurumsal sosyal sorumluluk alanında bir ilk olarak hayata geçmiştir.

İki gün süren eğitim programında, öğrenci gruplarına İnovasyon temalı uygulamalar, çalıştaylar, kişisel gelişim eğitimleri verilmektedir. Programda öğrencilere eğlenceli oyunlar, sosyal imkanlar da sunulmaktadır.

İnovasyon, TEB Kurum Kültürü'nün bir parçası ve kurumun stratejik yetkinliklerindedir.

TEB, bugüne kadar 8 Akıl Fikir Kampusu, 3 Engelsiz Kampus düzenlemiştir. Proje yıl boyunca periyodik olarak devam etmektedir.





ZARAKOL
İLETİŞİM HİZMETLERİ

| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | :Türkiye Satranç Federasyonu Sponsorluğu |
| BAŞVURAN KURULUŞ | :Türkiye İş Bankası A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | :Zarakol İletişim |
| ZAMAN | :1 Kasım 2005 - 8 Nisan 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | :Zuhal Üreten |

PROJENİN ÖZETİ:

Türkiye’de satranç birkaç yıl öncesine kadar az sayıda satranç meraklısı tarafından oynanan, uluslararası arenada yakın zamana kadar başarılar elde edilememiş bir spordur.

Türkiye İş Bankası, satrancın ülkemizde gelişmesini desteklemek amacıyla, Aralık 2005’te Türkiye Satranç Federasyonu ile imzaladığı sözleşmeyle Türkiye’de satranç sporunun resmi sponsoru oldu. Sponsorluğun hedefi, profesyonel anlamda satranç sporunu desteklemenin ötesinde, satrancı Türkiye’de geniş kitleler tarafından oynanan ve takip edilen bir spor haline getirmek, çocukların ve gençlerin zihinsel ve kişisel gelişimlerinde son derece olumlu etkileri olduğu bilinen bu sporu bir eğitim aracı olarak yaygınlaştırmak, analitik düşünme kabiliyetine sahip, kötü alışkanlıklardan uzak nesillerin gelişmesine katkıda bulunmak olarak belirlenmiştir.



| | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Karneni Göster Kitabını Al |
| BAŞVURAN KURULUŞ | :Türkiye İş Bankası A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | :Zarakol İletişim |
| ZAMAN | :13 Haziran 2008 - 13 Temmuz 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | :Zuhal Üreten |

PROJENİN ÖZETİ:

Ülkemizde çocuk yayıncılığı ile ilgili önemli sorunların olduğu bilinmektedir. Türk çocuklarının okuma alışkanlıklarını geliştirme, uygun dil, üslup ve içerikte kitapları çocuklarla buluşturma ihtiyacından hareketle İş Bankası, Türkiye’de bugüne değin gerçekleştirilen en büyük kitap kampanyalarından biri olan “Karneni Göster, Kitabını Al” kampanyasını, 13 Haziran 2008 tarihinde başlatmıştır. Kampanyayla Banka, Türkiye ve KKTC’deki herhangi bir şubesine karnesini getiren 1 milyon ilköğretim öğrencisine, karne notlarına bakılmaksızın, son dönemde çok sayıda çocuk kitabı yayımlayan, Banka’nın iştiraki Kültür Yayınları’nın bastığı ve Milli Eğitim Bakanlığı’nın "100 Temel Eser" listesinde yer alan Lewis Carroll’un “Alice Harikalar Diyarında” adlı çocuk klasiğini armağan etmiştir. 2008 yılında “Avrupa Mükemmeliyet Ödülü” kazanan “Karneni Göster Kitabını Al” kampanyasının gelenekselleştirilmesi öngörülmektedir.





| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Arçelik A.Ş. ile Eğitimde Gönül Birliği Programı - "Çevremizi ve Doğal Kaynaklarımızı Koruyalım" Kompozisyon, Şiir ve Resim Yarışması |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Arçelik A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 1 Nisan - 5 Kasım 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Melis Mutuş |

PROJENİN ÖZETİ:

Arçelik A.Ş., sürdürülebilir gelişime katkı sağlamak amacıyla, 2004 yılında "geleceğin toplumu" çocuklarımıza sahip çıkmak üzere "Arçelik A.Ş. ile Eğitimde Gönül Birliği" sosyal sorumluluk programını hayata geçirmiştir. Program; ülkemizde 60 ile 299 Yatılı İlköğretim Bölge Okulu'nda eğitim gören 200 bin çocuğumuzun, Türkiye'nin modern, kendisine güvenli yeni nesli olarak hayata hazırlanmasına katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Program kapsamında, Millî Eğitim Bakanlığı, İlköğretim Genel Müdürlüğü işbirliğiyle, çalışanlardan ve bayilerden oluşan Arçelik gönüllü ailesi tarafından, 299 Yatılı İlköğretim Bölge Okulu 6., 7., ve 8. sınıflar arasında, "Çevremizi ve Doğal Kaynaklarımızı Koruyalım" temalı kompozisyon, şiir ve resim yarışması düzenlendi. Bu yarışma ile öğrencilerin dünyadaki azalan kaynakların korunması, daha az su ve enerji harcanması konularında düşünmeye ve yaratıcı çalışmalar hazırlamaya teşvik edilmesi amaçlandı. Türkiye'nin dört bir yanından öğrenciler tarafından özenle hazırlanan toplam 897 kompozisyon, şiir ve resim yarışmaya katılmaya hak kazandı.

Eserler ilk aşamada Arçelik A.Ş. çalışanlarından oluşan seçici kurul tarafından değerlendirildi. İkinci aşamada internet üzerinden anketler aracılığı ile yurtiçi ve yurtdışındaki tüm ofislerde 2500'ü aşan Arçelik A.Ş. çalışanın değerlendirmesine sunuldu. Çalışanlar, İstanbul Sütluçe Kampüsü'nde düzenlenen sergi ile öğrencilerin eserlerini daha yakından inceleme fırsatını yakaladı. Yarışmaya katılan şiir, resim ve kompozisyonlar bir kitap haline getirildi. Yarışmada dereceye giren öğrencilere Sütluçe Kampüsü'nde düzenlenen törenle ödülleri verildi.



| | |
|-------------------------|------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Yaşasın Okulumuz |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : SHOW TV |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 2004 - devam etmektedir. |
| İLGİLİ KİŞİ | : Nurcan Duman, Yıldız Büyükbayrak |

PROJENİN ÖZETİ:

Yaşasın Okulumuz kampanyası 2004 yılında, Türkiye’de eğitim öğretim için yeterli altyapıya, çağdaş ve sağlıklı koşullara sahip olmayan ilköğretim okullarının, “onarımını” sağlamak için hayata geçirildi. Proje kapsamında, bugüne kadar 200 köy okulu onarılarak, çağdaş şartlara kavuşturuldu ve yeniden eğitime açıldı. Bu süreçte yaklaşık 16.500 çocuğa ulaştırıldı.

Show TV, Türkiye’de bu kadar uzun soluklu bir kampanyayı “sosyal sorumluluk projesi” olarak sahiplenen ilk televizyon kanalı oldu. 2005, 2006, 2007 ve 2008 yılları boyunca onarılan okulları gösteren, destekçilerimizi tanıtan, projeyi anlatan yayınlarla, ayrıca, canlı yayında proje için yardım kampanyaları düzenleyerek, SHOW TV ekranında tüm Türkiye’ye seslendik.





EXCEL İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI Hill & Knowlton Türkiye Ortağı

| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Cheetos Halka ile Şampiyonların Turnesi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Frito Lay Gıda |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Excel İletişim Danışmanlığı Hill & Knowlton Türkiye Ortağı |
| ZAMAN | : 2008 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Tolga Yücel |

PROJENİN ÖZETİ:

Cheetos Halka ile Şampiyonların Turnesi; çocuklara olimpiyat ruhu aşılıyarak, sporla iç içe bir hayat sürmenin önemini anlatmayı hedefleyen bir projedir. Proje, Tekvando Olimpiyat İkincisi Azize Tanrikulu ve Boks Olimpiyat Üçüncüsü Yakup Kılıç'ın, yine Frito Lay Türkiye'nin yürüttüğü bir sosyal proje olan ve 5 yılı aşkın bir süredir GAP İdaresi'nin işbirliğinde sürdürülen, Cheetos Gelişim Merkezleri'nde gerçekleştirdiği seminerleri kapsamaktadır. İlk ayağı, 20 Aralık 2008'de Batman'da başlayan Turne; Nusaybin, Ömerli, Adıyaman, Gölbaşı ve Silvan Cheetos Gelişim Merkezleri'ndeki çocukları kapsamaktadır.

Proje ile sporcuların yaşam deneyimleri üzerinden, çocukların aktif yaşam tarzı bilincini kazanmaları ve böylelikle yaşam boyu spor yapma alışkanlığını kazanmaları amaçlanmaktadır.

METRO Group

| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Metro Group'un Çağdaş Kızları Projesi Kapsamında "İmkansız Periler Kitap" Projesi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Metro Group |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : |
| ZAMAN | : 2007 - Devam ediyor. |
| İLGİLİ KİŞİ | : Nurdan Tümbek Tekeoğlu |

PROJENİN ÖZETİ:

METRO Group ve satış şirketleri Metro Toptancı Market, Real Hipermarketleri ve METRO Group Asset Management olarak, "Baba Beni Okula Gönder" projesi kapsamında, 1000 kız öğrencinin eğitimini üstlenmiş bulunmaktayız. Bu öğrencilerden durumu çok fakir olup okullarında başarılı olanların hayat hikâyelerinin anlatıldığı "İmkânsız Periler" isimli kitabımızı oluşturduk. Bu kitabın editöryal çalışması, tasarımı tamamen METRO Group Temsilcilik ofisi çalışanları tarafından hazırlandı. 10 ilde (Adana, Bursa, Bodrum, Antakya, Gaziantep, Osmaniye, İzmir, Trabzon, Konya ve Muş), 45 kız çocuğu ziyaret edildi. Hiçbir kar amacı güdülmeyen yürütölen projeden elde edilen gelir, yine kız çocuklarının eğitimi için oluşturulan "İmkânsız Periler" fonuna aktarılacak. ÇYDD Genel Başkanı Prof. Dr. Türkan Saylan, bu proje için bizlere bir hedef verdi. Buna göre, kitabın satışından elde edilen gelir ile Muş ilinde eğitim bekleyen 80 kız çocuğu eğitime kazandırılacak.



TEB

BNP PARIBAS ORTAKLIĞI

| | |
|-------------------------|---------------------------------|
| PROJENİN ADI | : TEB Kobi Akademi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : TEB Türk Ekonomi Bankası |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 4 Temmuz 2005 - 10 Nisan 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Leman Ergül |

PROJENİN ÖZETİ:

Türk Ekonomi Bankası; KOBİ BANKACILIĞI yaklaşımını, finansal - ticari ilişkinin çok ötesinde, "Banka - Kamu Kesimi - Sivil Toplum Örgütleri - Sanayici ve İş Adamı" gibi, KOBİ'lerle ilgili taraf olan aktörlerin işbirliğini sağlama ve bunu geliştirme gayreti eksenine üzerine kurmuştur. KOBİ'lerin sadece Bankası değil, aynı zamanda Danışmanı da olmayı hedeflemiştir; birçok ilki gerçekleştirerek, sektörde farklı bir konum edinmiştir. KOBİ'lerle ilişkisinde Sosyal Sorumluluk bilinciyle hareket etmekle kalmayıp, KOBİ'lere Sosyal Sorumluluk anlayışını benimseterek onları geliştirecek projeleri hayata geçirmiştir.

Temel amacı; KOBİ'lere eğitimi iletmenin alternatif kanallarını işlevsel hale getirmek olan TEB KOBİ AKADEMİ, zaman içinde adından daha fazla söz ettirmeye başlayan bir eğitim programı haline gelmiştir.

KOBİ'lerin, yurt içi ve uluslararası pazarlardaki kârlılıklarını ve rekabet güçlerini artıracabilecekleri "TEB KOBİ AKADEMİ-Kurumsal Gelişim Eğitimi" her ay bir ilimizde, konusunda uzman bir danışmanlık şirketi işbirliğiyle gerçekleştirilmektedir.

Eğitim programı yapıldığı ilin eğitim ihtiyaçlarına göre 1 ya da 2 gün için planlanmakta olup,

- KOBİ'lerde İş Planı'na Dayalı Stratejik Yönetim
- KOBİ'lerde Büyüme için Pazarlama
- Dış Ticarete Stratejik Yönetim ve Planlama
- KOBİ'lerde Kurumsallaşma ve Süreçlerle Yönetim
- Dış Ticarete riski azaltmanın yöntemleri
- KOBİ'lerde büyüme senaryoları

başlıklarında, interaktif eğitimler gerçekleştirilmektedir.



| | |
|-------------------------|---------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Gençler İçin Film Atölyesi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : İzmir Büyükşehir Belediyesi / İZFAŞ |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : |
| ZAMAN | : 10 - 26 Ağustos 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : İletişim Koordinatörü |

PROJENİN ÖZETİ:

9 Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin desteğiyle organize edilen atölye çalışması, Türkiye'nin en eski fuar organizasyonu olan İzmir Enternasyonal Fuarı kapsamında düzenlenen, Sinema Burada Festivali bünyesinde gerçekleştirilmiştir. "Sinema izleyicisi" olmakla yetinmeyen "sinemanın içinde" olmak isteyen 12-17 yaş arası gençlere yönelik atölyede temel senaryo, kamera ve montaj eğitimleri verilmiş, öğrencilerin ilk kısa filmlerini çekip, montajlayıp yönetmeleri sağlanmıştır. 15 gün süreyle düzenlenen etkinliğe, 5 eğitmen ve 30 öğrenci katılmıştır. Ücretsiz gerçekleşen etkinlik, öğrenci filmlerinin ilk gösterimlerinin gerçekleştiği gala ile sona ermiştir.

Etkinlik, katılımcılar için sinemaya ilk adım niteliği taşıırken; bir belediye şirketi olan kurumumuzun sosyal kültürel misyonunu yerine getirmesine olanak sağlamış; atölye, yurtdışındaki örnekleri gibi, ülkemizin kısa film endüstrisinin gelişimine de zemin hazırlamıştır.





| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Bilinçli Nesillere Güvenli Yarınlar |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Şanlıurfa Belediyesi |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : |
| ZAMAN | : 15 Şubat 2006 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : M. Fevzi Yücepete |

PROJENİN ÖZETİ:

Hızlı göçün getirdiği, ekonomik sorunlar ve yüksek doğurganlıktan kaynaklanan: çocuk suçları, sokakta çalışan ve yaşayan çocukların karşılaşılabileceği tehlikeler, çocukların sahip olduğu haklar, madde bağımlılığı, sağlıklı ve güçlü bir aileye sahip olmanın önemli bir ayrıcalık olduğu, ailenin yerinin doldurulamayacağı ve taşıdığı değerlerin başka hiçbir kurum tarafından ikame edilemeyeceği konusunda; yerel idareler, kamu kuruluşları ve STK'lar ile birlikte, halkın katılımını teşvik ederek, öğrencilere ve yetişkinlere yönelik bilinçlendirme faaliyetleri gerçekleştirilmiştir.

Milli Eğitime bağlı 2006/2007-2007/2008-2008/2009 eğitim ve öğretim yılında, toplam 28 ilköğretim okulunda öğrencilere, bu konular anlatılmış olup 18.000 öğrenciyi ulaşılmıştır. Velilere, eğitimcilere ve okul yakın çevre esnafına yönelik, bilinçlendirme ve davranış geliştirme çalışmalarında ise 15.000 kişiye ulaşılmıştır.

Okulların 6,7 ve 8.sınıflarındaki öğrencilerine; toplam 2 ders saati, yani 80 dakika ve her sınıf tek tek alınmak koşuluyla, toplu bir bilinçlendirme yapılmadan, bir rehber öğretmen ve bir sosyal hizmet uzmanı tarafından yukarıda belirtilen konularda bilinçlendirme çalışması yapılmıştır. Dolayısıyla 3 yıl içerisinde ulaşılan öğrenci sayısı ve veli sayısı az görünebilir; fakat bu kadar hassas bir konuda, her öğrenci ve veliyle tek tek görüşülmüş, konunun önemi ve riski anlatılmış, anketler yapılarak değerlendirilmiş, broşürler verilmiş, sorulan sorulara cevap verilerek de konunun önemi vurgulanmıştır.



| | |
|-------------------------|---------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Türk Telekom Okulları |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Türk Telekomünikasyon A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Bersay İletişim Danışmanlığı |
| ZAMAN | : 20 Kasım 2007 - 10 Şubat 2010 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Esra Eğilmez |

PROJENİN ÖZETİ:

Türk Telekom, Türkiye'nin geleceğine yatırım yapmak amacıyla eğitimi başlıca sosyal sorumluluk alanı olarak belirlemiştir. Bu doğrultuda Türk Telekom, "Türk Telekom Okulları" projesi ile Türkiye'nin 35 ilinde yaklaşık 40 bin öğrenciye hizmet verecek okulları inşa etmeye başladı. 2006'dan bu yana inşa edilerek Milli Eğitim Bakanlığı'na devredilen "Türk Telekom Okulları", çocukların modern dersliklerde en son teknoloji ile eğitim gördükleri ve genişbant internet erişimi bulunan internet sınıflarını içeren modern tesislerdir. Bilişim okulları, güzel sanatlar okulları, yatılı bölge okullarından oluşan, tamamlandığında 77 eğitim binasına ulaşılması hedeflenen proje kapsamında bugüne kadar toplam 59 adet eğitim binası tamamlanarak Milli Eğitim Bakanlığı'na teslim edilmiştir.





bersay
iletişim danışmanlığı

| | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Vitamin |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Türk Telekomünikasyon A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Bersay İletişim Danışmanlığı A.Ş. |
| ZAMAN | : 10 Kasım 2008 - 11 Ocak 2010 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Esra Eğilmez |

PROJENİN ÖZETİ:

Türk Telekom, grup şirketlerinden Sebit'in geliştirdiği Vitamin eğitim yazılımını, Milli Eğitim Bakanlığı'na (MEB) bağlı 33 bin ilköğretim okuluna ücretsiz olarak sundu. İçerdiği animasyon, canlandırma ve etkinliklerle interaktif eğitim olanağı sunan Vitamin, öğretmenlere sınıf içi motivasyonu artırma, öğrencilere derse aktif katılım, soyut kavramları canlandırma konularında destek sağlıyor. Türk Telekom ayrıca 24 Kasım Öğretmenler Günü'nde, tüm kamu ilköğretim okulu öğretmenlerine Vitamin'i hediye etmiştir ve şimdiye kadar sisteme 100 binin üzerinde öğretmen kaydolmuştur. Türk Telekom son olarak Vitamin'in internet satışlarındaki gelirlerinin yüzde 10'unu da teknolojiyi eğitime entegre etmek amacıyla yürütülecek projelere fon sağlaması için MEB'e bağışlamıştır.



| | |
|-------------------------|-----------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Bilgili Ol, Bağımlı Olma |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Mapfre Genel Yaşam Sigorta |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Bluechip |
| ZAMAN | : 10 Eylül 2007 - 10 Haziran 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Elif Nazlı Koçak |

PROJENİN ÖZETİ:

Proje, ülkemizde gençler arasında giderek yaygınlaşan madde bağımlılığına karşı, aileleri bilgilendirerek madde bağımlılığını önlemeye katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. "Bilgili Ol, Bağımlı Olma" projesinin ilk uygulama dönemi 2007-2008 öğretim yılında tamamlanmıştır. Projeye, 2008-2009 öğretim yılında da devam edilmektedir.

İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü'nün desteği ve Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği, Yeniden Sağlık ve Eğitim Derneği, Mapfre Genel Yaşam Sigorta (Ana sponsor) ve Bluechip'in katkıları ile hayat bulan projenin ilk yılında, formatör eğitimciler yetiştirilmiş ve 32 okulda 3203 veliye, madde bağımlılığı konusunda eğitimler verilmiştir.

Eğitimlerde aileler, madde bağımlılığı, yol açtığı tehlikeli sonuçlar ve çocuklarının madde bağımlısı olmamaları için neler yapılması gerektiği konularında bilinçlendirilmiştir.

Projeye ilgili web sitesi (www.bilgiliol.org.tr) hazırlanarak yayına başlamıştır.





| | |
|-------------------------|-----------------------------------|
| PROJENİN ADI | : UPS Haluk Ündeğer Lisesi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : UPS Türkiye |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 2007 - 2008 Kasım |
| İLGİLİ KİŞİ | : Köknar Tezay |

PROJENİN ÖZETİ:

Valilik ve UPS Türkiye Genel Müdürü Haluk Ündeğer arasında Milli Eğitim Bakanlığı'na başlanmak üzere, lise yapılması konusunda imzalanan protokol sonrasında, 2007 yılında başlanılan inşaat çalışmaları, 2008 Kasım ayında tamamlanmıştır.

5 milyon TL'lik yatırımla, 7106 m2'lik kapalı alan üzerine kurulmuş olan UPS Haluk Ündeğer Lisesi, 43 derslikle 1290 öğrencisine hizmet kapasitesine sahiptir.

Her türlü ihtiyaç-istekler göz önünde bulundurularak inşa edilen okulda, engelli öğrenciler de unutulmamış, özel WC ve asansör yapılmıştır.

UPS, 2002 yılında eğitim öğretime başlayan UPS Haluk Ündeğer İlköğretim Okulu, 2003 yılında kurulan UPS Spor Kulübü'nün ardından, UPS Haluk Ündeğer Lisesi ile eğitime destek vermeye devam etmenin mutluluğunu yaşamaktadır.



| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Temizlik Kültürünün Yaygınlaştırılması Projesi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Şanlıurfa Belediyesi |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Şanlıurfa Belediyesi |
| ZAMAN | : 14 Şubat 2006 - Devam ediyor. |
| İLGİLİ KİŞİ | : M. Fevzi Yücepe |

PROJENİN ÖZETİ:

Kişisel hijyen ve çevre temizliği alışkanlıklarının ilköğretim okul çağına, doğru şekilde verilmesi, kişinin ileriki yıllardaki sağlığını doğrudan etkileyecektir. Bu nedenle, Şanlıurfa'daki ilköğretim okullarında kişisel hijyen ve çevre temizliği konularında eğitim programlarının düzenlenmesi ve teorik bilgilerin davranışa dönüştürülmesi için beceri eğitimlerinin de yapılması uygun bir yaklaşım olacaktır. Bu amaç doğrultusunda Şanlıurfa Belediyesi ve Milli Eğitim Müdürlüğü ile "Temizlik Kültürünün Yaygınlaştırılması Projesi" kapsamında ilköğretim Müfredatında kısıtlı oranda yer verilen kişisel hijyen ve çevre temizliği konularında, ilköğretim okulu öğrencileri bilinçlendirilerek sağlıklı bir yaşam için gerekli hijyen alışkanlıkları kazandırılacaktır.

Verilen genel hijyen eğitimi ile birlikte öğrencilere çevre temizliği ile ilgili hijyenin temelleri öğretilerek sağlık ve yaşam standartlarının artırılması hedeflenmektedir. Bu proje, öğrenciler için fayda yaratmakta ve sosyal kalkınma için olumlu bir adım oluşturmaktadır.

- Ulaşılan okul sayısı : 56
- Ulaşılan öğrenci sayısı : 85 bin
- Ulaşılan hijyen bilgisini değiştirme oranı: %60
- Medyadaki haberlerle ulaşılan kişi sayısı : 500 bin

Proje kapsamında, diş hekimleri ve ortodontistler tarafından ağız ve diş sağlığı taraması yapılmıştır. Ulaşılan öğrenci sayısı: 1800'dür.

Hedef, 2010 yılına kadar, 115 bin öğrenciye ulaşarak, Şanlıurfa'daki en kapsamlı ve uzun soluklu eğitim projesi olacaktır.





Bristol-Myers Squibb

PROJENİN ADI : **Hepatit B'yi Paylaşmayın!**

BAŞVURAN KURULUŞ : Bristol - Myers Squibb

HALKLA İLİŞKİLER AJANSI : -

ZAMAN : 23 Ekim 2008 - Haziran 2009

İLGİLİ KİŞİ : Burçak Arzova, Ceyda Öpöz

PROJENİN ÖZETİ:

Hepatit B konusunda halkı bilinçlendirerek test ve aşı yaptıırma konusunda bilgilendirmek amaçlanmıştır. Kampanya kapsamında, 23 ilde 23 toplantı ile Hepatit B hastalığı hakkında bilgilendirme ve eğitim toplantıları yapılmaktadır. Halkın yanı sıra, aile hekimlerine de Viral hepatitler konusunda bilgiler verilmesi amaçlanmıştır.

Hürriyet**ZARAKOL**
İLETİŞİM HİZMETLERİ

| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Aile İçi Şiddet Acil Yardım Hattı Güldünya Şarkıları |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Zarakol İletişim |
| ZAMAN | : Ekim 2007 - Devam Ediyor. |
| İLGİLİ KİŞİ | : Evrim Sümer |

PROJENİN ÖZETİ:

Hürriyet Gazetesi, "Aile içi Şiddete Son!" kampanyasını Ekim 2004'ten beri yürütüyor. Kampanyanın 2007 senesindeki en önemli etkinliği, Avrupa Birliği fonuyla ve 7 gün 24 saat hizmet vermek üzere kurulan Aile İçi Şiddet Acil Yardım Hattı oldu. İstanbul Valiliği'nin desteğiyle gerçekleşen proje kapsamında İstanbul'daki tüm ilçelerde görevli polis memurlarına hizmet içi eğitim verildi. Aile İçi Şiddet Acil Yardım Hattı'nda, özel eğitim almış uzman psikologlar ve İstanbul Barosuna bağlı avukatlar cevap veriyor. Ekim 2007'den, 31 Aralık 2008'e kadar, toplam 12bin arama geldi. Bunların 3 bini mağdur ve mağdur yakını idi. 200 vakaya acil olarak müdahale edilerek olumlu sonuca ulaşıldı. Hürriyet Kurumsal İletişim Direktörlüğü'nün, AB fonunun sona ermesini takiben, hatta maddi kaynak sağlamak üzere yaratıp uyguladığı projelerden biri Güldünya Şarkıları albümüydü. Türkiye'nin 13 ünlü şarkıcısı, seslerini "Güldünya Şarkıları" için birleştirdi. 25 Kasım "Dünya Kadına Yönelik Şiddete Son" gününde piyasaya çıkan albümde; Sezen Aksu, Ajda Pekkan, Nazan Öncel, Emel Müftüoğlu, Aynur, Zuhal Olcay, Aylin Aslım, Nilüfer, Şebnem Ferah, Şevval Sam, Rojin, Ayten Alpman ve Funda Arar, her biri farklı bir kadın duyarlılığını anlatan, üçü yeni 14 şarkı seslendirildi. Albüm 25 Kasım - 31 Aralık 2008 arasında, toplam 27bin adet satıldı ve satıştan elde edilen tüm gelir, Acil Yardım Hattı'nın işletimi için bağışlandı. 9 Mart 2009'da, albümde yer alan 9 sanatçının katılımıyla düzenlenen konserden ise 100bin liranın üzerinde kaynak sağlandı.





| | |
|-------------------------|------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Ayışığı : Aygaz'dan Sağlık Işığı |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Aygaz A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Artı İletişim Yönetimi |
| ZAMAN | : 13 Eylül 2006 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Eda Gökay |

PROJENİN ÖZETİ:

Ayışığı projesi, birinci basamak olarak sağlık hizmetlerinin verildiği, yılda 100 milyon muayenenin yapıldığı sağlık ocaklarının aşı odaları, daha hijyenik, konforlu ve tam teçhizatlı olması amacıyla başlatıldı.

Kuruluşunun 45. yılında Aygaz, Sağlık Bakanlığı ve İl Sağlık Müdürlüklerinin belirlediği ihtiyacı olan aşı odalarını, çalışanlarının ve bayilerinin katkılarıyla baştan sona yeniledi. Proje sonunda, Türkiye çapında 81 ilde 81 Ayışığı odası hizmete sunulmuş oldu. Yenilenen aşı odalarında proje danışmanının hazırladığı, Çocuk Sağlığı Rehberi, Sağlık Bakanlığı'nın onayıyla dağıtıldı. İletişim faaliyetleri aracılığıyla proje, 33.877.298 (yerel televizyonların ölçümü hariç) kişiye duyuruldu. Ayrıca kampanyanın başarısı, kapsamlı bir araştırma ile ölçüldü.

Bugün Aygaz, 81 aşı odasının denetimlerini halen sürdürüyor. Gönüllü bayiler ve çalışanlardan oluşan, "Ayışığı Müfettişleri" yardımıyla, odaların yeni ihtiyaçları tamamlanmaya devam ediyor.

Projenin tüm aşamaları ve güncel etkinlikleri www.aygazayisigi.org adresinden takip edilebiliyor.



UNITE
İletişim

PROJENİN ADI : **Kalbinizi Koruyun. İçinde Sevdikleriniz Var.**

BAŞVURAN KURULUŞ : Kardiyovasküler Risk Platformu
(Türk Kardiyoloji Derneği, Türk İç Hastalıkları Uzmanlık Derneği, Türk Nöroloji Derneği, Türkiye Endokrinoloji ve Metabolizma Der. Türk Hipertansiyon ve Böbrek Hastalıkları Derneği)

HALKLA İLİŞKİLER AJANSI : Ünite İletişim ve Tanıtım Hiz. Ltd. Şti.

ZAMAN : 10 Ekim 2007 - Devam ediyor

İLGİLİ KİŞİ : Elif Car / Selin Aksu

PROJENİN ÖZETİ:

Kalp ve damar hastalıklarını önlemek ve bu nedenle ölümleri azaltmak amacıyla, T.C. Sağlık Bakanlığı'nın himayesinde bir araya gelen Türk Kardiyoloji Derneği, Türk İç Hastalıkları Uzmanlık Derneği, Türk Nöroloji Derneği, Türkiye Endokrinoloji ve Metabolizma Derneği ve Türk Hipertansiyon ve Böbrek Hastalıkları Derneği, Pfizer'in koşulsuz katkıları ile 2007 yılında 'Kalbinizi koruyun, içinde sevdikleriniz var' adlı eğitim ve toplum bilinçlendirme kampanyasını başlattı.

'Kalbinizi koruyun. İçinde sevdikleriniz var' kampanyası, toplumun olduğu kadar hekimler üzerinde de kalp ve damar hastalıkları, risk faktörleri ve değiştirilebilir risk faktörlerine müdahale edilmesi konusunda farkındalığın artırılmasını hedefliyor. Kampanya kapsamında, doktorları bilgilendirmek üzere yapılan 'Hekim Bilgilendirme Toplantıları' çerçevesinde, bugüne kadar 18 ilde uydu sempozyumları ile seminerler gerçekleştirildi. Belediyelerin işbirliğiyle düzenlenen halka yönelik bilinçlendirme toplantılarında ise 'Kardiyovasküler Risk Ölçüm Modeli' uygulaması ile katılımcıların 10 yıllık toplam kalp ve damar hastalığı geçirme riski hesaplanarak risk değerleri paylaşılıyor.

Kampanya kapsamında hazırlanan, 0800 211 78 78 no.lu danışma hattı ve www.kalbinizikoruyun.org web sitesi, 5 temel risk faktörü olan, sigara, aşırı kilo, hareketsiz yaşam, hipertansiyon ve yüksek kolesterolün önlenmesi ile ilgili danışmanlık hizmeti veriyor.





| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Annemle Biz Kanseri Yeneriz |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Novartis Sağlık Gıda ve Tarım Ürünleri San. Ve Tic. A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Artı Değer Stratejik İletişim San. Ltd. Şti. |
| ZAMAN | : Ekim 2008 - Mart 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Tuba Albayrak |

PROJE ÖZETİ:

“Annemle Biz Kanseri Yeneriz” kampanyası, Türkiye’deki kadınların dikkatini, bugün gittikçe yaygınlaşan meme kanserine çekmek, erken tanı için onları bilinçlendirip yönlendirmek, düzenli kontrolü alışkanlığa dönüştürmelerini sağlamak amacıyla 2008 Ekim ayında başlamıştır. Novartis Onkoloji’nin sponsorluğunda Meme Hastalıkları Dernekleri Federasyonu, Europa Donna ve Türk Kadınlar Birliği işbirliği ile hayata geçen proje, bu özelliği ile farklı kurum ve kuruluşları bir araya getiren en kapsamlı meme kanseri bilinçlendirme kampanyasıdır.

Proje kapsamında İzmit, Bursa, Van, Erzurum, Sivas, Diyarbakır, Çorlu, Adana, Gaziantep, İstanbul, İzmir, Aydın, Manisa, Ankara, Eskişehir’den oluşan 15 illik rotada 2435 kadına ulaşıldı. Halk bilgilendirme toplantılarına ek olarak katılımcı kadınlara ücretsiz mamografi fişleri dağıtılmıştır.



| | |
|-------------------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : DYO Resim yarışmaları ile 41 yıl - 33. DYO Resim Yarışması |
| BAŞVURAN KURULUŞ ve Kültür Vakfı | : DYO Boya Fabrikaları A.Ş. & Yaşar Eğitim |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 2008 - Devam ediyor. |
| İLGİLİ KİŞİ | : Sema Kemahlı, Kemal Keskin |

PROJENİN ÖZETİ:

1967 yılından beri yapılan Dyo Resim Yarışmaları, Türkiye’de yapılan ilk kurumsal resim yarışmasıdır. Türk resim sanatına katkıda bulunmak ve genç yetenekleri özendirmek amacıyla yapılmaktadır.

DYO Resim Yarışmaları’nın ilk altısı, İzmir ve Ege Bölgesi sanatçılarına seslendi. 1993 yılından beri DYO Resim Yarışmaları, Yaşar Eğitim ve Kültür Vakfı tarafından iki yılda bir gerçekleştirilmektedir. Birinci yıl yarışma organize edilmekte, ikinci yıl ise ödül alan ve sergilenmeye değer bulunan eserler Anadolu’nun çeşitli illerinde sergilenmektedir. Yarışmada, sanatçılardan ve akademisyenlerden oluşan yedi kişilik Seçici Kurul görev almaktadır. Bugüne kadar ödül alan eserlerden oluşan DYO Koleksiyonu, İzmir’de Selçuk Yaşar Müzesi’nde sergilenmekte ve muhafaza edilmektedir.

İlk yarışmaya 91 sanatçı 271 eserle başvuruda bulunurken, bu yıl 33. Gerçekleştirilen yarışmaya, 820 sanatçı 1368 eserle katılmıştır. Yarışmaya katılan eserler arasında 4 eser pentür dalında, 1 eser ise özgün baskı dalında başarı ödülü almış, 74 eser de sergilenmeye değer bulunmuştur. 8 Ocak 2009’da Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi ödül töreni yapılmış ve Edirne, İzmir, Malatya ve Urfa’da sergilenmiş olup, Ankara, Kıbrıs, Kayseri, Trabzon ve Denizli’de sergilenecektir.





TEKFEN VAKFI

medyaevi

| | |
|-------------------------|-------------------------------|
| PROJENİN ADI | : 1 Güfte 12 Beste |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Tekfen Vakfı |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Medyaevi İletişim |
| ZAMAN | : Ocak - Ekim 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Dorottya Maria Kiss Kalafat |

PROJENİN ÖZETİ:

Tekfen Vakfı, Cumhuriyetimizin 85. Yıldönümünü konser, kitap ve CD üçlemesiyle kutladı. Araştırmacı - yazar Mehmet Altun'un, Vakfımız adına, resmi ve özel arşivlerde yaptığı uzun araştırmalar sonucunda, 1921 yılında düzenlenen İstiklal Marşı yarışmasına katılmış eserlerden 12 tanesi ilk defa bir araya getirildi. Eserler, Tekfen Filarmoni tarafından "1 Güfte 12 Beste" ismiyle, çağdaş bestecilerin özüne sadık kalan düzenlemeleriyle, Ekim 2008'de sahnelendi.

Dönemin Meclis tutanaklarına geçmiş, hararetli tutanaklardan, gazetelere konu olmuş haberlerine, İstiklal Marşı'nın bilinmeyen hikayesi "Özgürlük Notaları: Milli Marş'ın Öyküsü" adlı kitapta kaleme alındı. CD çalışması ise, Cumhuriyetimizin müzikal tarihçesinin önemli bir dönemine ışık tutan eserleri bir araya getirmesi açısından, arşiv niteliği taşımaktadır.



Başak Groupama

| | |
|-------------------------|----------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Türk Klasikleri Yeniden |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Başak Groupama |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 2008 - Devam ediyor. |
| İLGİLİ KİŞİ | : Canan Şahbaz |

PROJENİN ÖZETİ:

Bireylerin ve kurumların sahip oldukları değerleri güvence altına alan sigorta şirketlerinin sorumlulukları arasında, ülkeye ait değerlerin güvence altına alınması ve korunması da bulunmaktadır.

Başak Groupama sahip olduğu bu sosyal sorumluluk anlayışıyla; Türk sinemasına destek olmak ve Türkiye'deki kültür sanat eserlerinin korunmasına katkıda bulunmak amacıyla, 2008 yılında Groupama Gan Sinema Vakfı ile "Türk Klasikleri Yeniden" projesini başlattı.

Türk sinemasının birçok önemli klasiğinin içinde bulunduğu kötü korunma koşulları göz önünde bulundurulduğunda, Türk sinema mirasının korunmasına önemli katkıda bulunacak bu proje, 2008 yılında Erden Kıral'ın, "Bereketli Topraklar Üzerinde" filmi ile başladı ve 2009 yılında Ö. Lütfi Akad'ın "Vurun Kahpeye" filmi ile devam ediyor.





| | |
|-------------------------|-----------------------------|
| PROJENİN ADI | : Koçum Benim |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Kamil Koç Otobüsleri A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : Temmuz - Kasım 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Zeynep Pınar Ataç |

PROJENİN ÖZETİ:

"Koçum Benim" projesi, Kamil Koç Otobüsleri A.Ş. tarafından geliştirilen bir sosyal sorumluluk projesidir. Proje amaçlarına ve hedeflerine uygun olarak tiyatro sanatçısı Ali Poyrazoğlu tarafından kaleme alınan bir tiyatro oyunudur. Projeyi diğer gösterilerden ayıracak olan temel özellik ise Dünyada ilk kez bir tiyatro oyununun içinde, yaşam koçluğu eğitiminin de olmasıdır. Ülkemizin 9 ilinde, büyük tiyatrolarda, gösteri alanlarında, açık hava tiyatrolarında "Koç'um Benim" adıyla yazılan oyun sahneye koyulmuştur. Koçum Benim, işte ve ev hayatında takım oyunculuğu, bilgi yönetimi gibi olgular üzerine kurulu olup; yenileyen, tazeleyen, fark yaratmayı ve fark yaratmanın önemini topluma anlatmayı amaçlamayan bir projedir.

Proje ayrıca,

- Marka algısını farklılaştırmak,
- Kamil Koç markasını Türkiye'nin en çok bilinen markası konumundan, "Love Marks" konumuna getirme yolunda ilk adımları atmak,
- Sadece hizmet satan bir firma olarak değil, bulunduğu çevreye kültürel ve sosyal anlamda değer katan firma imajını güçlendirmek,
- Temsilcilerinin sosyal statüsünü, kültür sanatın desteğiyle, her konuda daha önemli, rakip firmaların hizmet sunucularından daha yüksek bir çizgiye taşımayı amaçlamaktadır.

 FY İletişim Danışmanlığı

| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : İstanbul'daki İtalyan İzi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Ferroli Isıtma ve Klima Sis. San. Tic. A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : FY İletişim Danışmanlığı |
| ZAMAN | : Mart 2007 - Şubat 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Alev Alagöz Eroğlu |

PROJENİN ÖZETİ:

Türkiye'de kalıcı değerler yaratmak hedefiyle yola çıkan Ferroli; Galata Kulesi'nden Taksim Anıtı'na, tarihi yapı, tablo, heykel ve bestelerden tıp alanındaki çalışmalara kadar, İtalyanların Türk Kültür hayatına yaptığı katkıların "İstanbul'daki İtalyan İzi" adlı kitapta bir araya gelmesini sağladı. Burçak Önder editörlüğünde hazırlanan ve akademisyenlerin destek verdiği kitapta, 19. yy ila 20. yy'ın ilk yarısı arasında, İstanbul'a gelip bu kentte iz bırakmış çeşitli İtalyan sanatçı ve bilim adamlarının çalışmaları ele alındı. Fotoğraflar, gravürler ve uzman isimlerin bakış açılarıyla, İstanbul'daki İtalyan etkisini gözler önüne seren kitap, kültürlerarası etkileşime dikkat çekti. Kitapla birlikte İtalyanların, müzikteki izlerini de yansıtan ve Emre Aracı'nın şefliğinde hazırlanan bir CD de sunuldu. Çalışmaların duyurumu, özel bir davetle gerçekleştirildi. Özel ve resmi kurumlarla birlikte, Türkiye'de yaşayan İtalyanlara armağan edilen kitap, basında ve kamuoyunda geniş bir ilgi uyandırdı. Daha geniş kitlelere de ulaşmak için satışa sunulan "İstanbul'daki İtalyan İzi"nin ikinci adımının 2010 yılında atılması hedefleniyor.





| | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Altın Satırların Avrupa Yolculuğu |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Sabancı Holding |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : A & B |
| ZAMAN | : 2007 - 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Suat Özyaprak |

PROJENİN ÖZETİ:

Sabancı Holding, ülkemizin kültürel değerlerini uluslararası arenada tanıtmak amacıyla, Sakıp Sabancı Müzesi koleksiyonunda bulunan hat eserlerinden oluşan bir seçkiyi, sırasıyla Lizbon Gulbenkian Vakfı Müzesi, Madrid Bellas Artes ve Sevilla Real Alkazar Sarayı'nda sergilemiştir. Ünlü hat sanatçılarının eserlerinden oluşan sergilerin gerçekleştirildiği ülkelerde, üst düzey devlet yetkililerince açılmış ve sanat çevrelerinde büyük ilgi görmüştür.



ARKAS SPOR KULÜBÜ

| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Arkas Spor Kulübü Avrupa Şampiyonluğu |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Arkas Holding A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Arkas Holding Kurumsal İlişkiler Direktörlüğü |
| ZAMAN | : 17 Ekim 2007 - 22 Mart 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Berna Kumaş |

PROJENİN ÖZETİ:

Genç nesillerin, sağlıklı ve sportif yetişmesini sağlamak, gençleri kötü alışkanlıklardan uzak tutmak, unutulmaya yüz tutmuş sporlarımızdan voleybolu, yeniden genç nesillere sevdirmek ve Türkiye'nin Avrupa kupası kazanan ilk Türk Erkek Voleybol Takımı ünvanını elde etmek üzere, 2007 yılında Arkas Holding için "Arkas Spor Kulübü Avrupa Şampiyonluğu" kurumsal sosyal sorumluluk projesi hayata geçirildi.

Türkiye erkekler voleybol tarihinde, Avrupa Kupası kazanan bir takım olmamasından yola çıkılarak, Avrupa'da başarıyı getirecek bir yapılanma gerçekleştirildi. Avrupa Voleybol Federasyonu ile düzenli iletişim kurularak, 2008-2009 Avrupa GM Capital Challenge Cup Final Four organizasyonunun, 21-22 Mart 2009 tarihlerinde İzmir'de organize edilmesi sağlandı. 5000 İzmirli'nin desteğini alan Arkas Spor, tarihte bir ilki gerçekleştirerek Türkiye'nin Avrupa kupası kazanan ilk Türk Erkek Voleybol Takımı ünvanını evinde elde etti.



HSBC



| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Mikrokredi ile Toplumla Elele |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : HSBC Bank A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : Aralık 2006 - devam ediyor. |
| İLGİLİ KİŞİ | : Ömer Kayalıoğlu |

PROJENİN ÖZETİ:

HSBC Bank A.Ş.'nin, yoksul aile bireylerinin üretime katılarak, kendilerine gelir getirici faaliyetlerde bulunmalarına imkan sağlayan "Mikrokredi ile Topluma Destek Projesi" 2008 yılı sonu itibariyle 2. Yılıni doldurdu. Aralık 2006'da Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG) ve Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA) ile hayata geçen proje, 26 kente yayılarak sivil toplum örgütlerine, 2008 yılsonu itibariyle 1 milyon TL'yi aşan kredi tahsis ederek, binlerce haneye ulaştı. KEDV - Maya Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı da projeye destek vermek üzere, 2008 yılında projeye katıldı.

Küçük bir sermaye desteği ile gereksinim sahibi olan insanlara, onurlu bir gelecek sunmayı amaçlayan HSBC Bank A.Ş., proje kapsamında, 2010 yılında, Türkiye geneline yayılmayı ve USD 5 milyon finansmanı mikrokredi yoluyla kullanırmayı hedefliyor. 10,000 kişiye ulaşma hedefimizin %25'i aştı. Ayrıca STK'lara, 2008 yıl sonu itibariyle USD 250bin alt yapı desteği tamamlandı.

**ZARAKOL**
İLETİŞİM HİZMETLERİ

| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Hürriyet Hakkımızdır. |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Zarakol İletişim |
| ZAMAN | : 1 Mayıs - 31 Aralık 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Evrim Sümer |

PROJENİN ÖZETİ:

1 Mayıs 1948 tarihinde, yayın hayatına başlayan Hürriyet Gazetesi, bugün Türkiye'nin en çok okunan gazetesi ve en etkili medya iletişim aracıdır. Medyanın toplumsal dönüştürücü gücünü gazete sayfalarının dışına taşımayı arzu eden Hürriyet, 2004 senesinden beri sosyal sorumluluk projeleri yürütüyor. Ulusal ve uluslar arası birçok ödülün sahibi olan Aile İç Şiddete Son! Kampanyasına, 2008'de bir yenisi eklendi: "Hürriyet Hakkımızdır". Kuruluşunun 60. Yılında "Hürriyet Hakkımızdır" kampanyasını yaratan Hürriyet'in bu girişimdeki en güzel tesadüf, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 60. Yılı'nın kutlanmasıydı. Hürriyet Gazetesi Kurumsal İletişim Direktörlüğü'nün yarattığı Hürriyet Hakkımızdır kampanyasının ilk ayağı, Mayıs 2008'de başlayan reklam kampanyası idi. İnsan hakları temalı 77 saniyelik imaj filmini, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin dört maddesini konu alan dört kısa film ve basın kampanyası izledi. Projenin ikinci ve en büyük ayağı, 1 Temmuz - 14 Ağustos 2008 tarihleri arasında, Türkiye'nin 7 bölgesinde 45 şehri ziyaret eden Hürriyet Hakkımızdır treni idi. Kars'tan Edirne'ye 100 binin üzerinde kişiyle buluşan tren, sergiden tiyatroya, oyundan seminere birçok farklı içerik ile insan haklarını anlattı. TCDD, Uluslar arası Af Örgütü, Akbank Sanat Çocuk Tiyatrosu, CNN Türk, DHA, Konda Araştırma ve Danışmanlık Şirketi, Mimar Sinan Üniversitesi Fotoğraf Bölümü, projenin stratejik ortaklarıydı. Projenin detaylı içeriği dosya ile sunulacaktır.





| | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : İzelman Çalışanları Sevgi Zinciri |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : İzelman A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 1 Ocak 2008 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Nuray Ötgünç |

PROJENİN ÖZETİ:

İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin ortağı olduğu İZELMAN A.Ş., 5900 personeli ile belediyenin en çok eleman istihdam edilen şirkettir.

Ege Bölgesi'nin en büyük şirketlerinin başında gelen İZELMAN, kurumsal şirket olmanın verdiği sorumlulukla, toplumu ilgilendiren ve yararına olan projelerde, gerek İzmir Büyükşehir Belediyesi kanalıyla, gerekse de direk kendine intikal eden konularda, üzerine düşen görevleri fazlasıyla yerine getirmektedir.

Ancak, günümüzde yaşam standartlarının değişmesi, çevreye ve etrafımızda yaşanan olumsuz olaylara karşı tepkisizliğin artması üzerine amacı, insan olmanın gereğini yerine getirmek ve bireysel olarak geçmişte kalan yardımlaşma duygusunu güçlendirmek için "İZELMAN ÇALIŞANLARI SEVGİ ZİNCİRİ" isimli projeye, 2008 Ocak ayında yeni bir yolculuğa çıktı.

İZELMAN'ın kurum kaynaklarıyla değil, çalışanlarının desteğiyle gönüllülük esasına göre, her ay kendi maaşlarından yapmış oldukları belli miktardaki yardımlarla bu yolculuğa çıkarak, can suyu olmaya başladı.

5900 personelin büyük bir bölümünün katıldığı, "İZELMAN ÇALIŞANLARI SEVGİ ZİNCİRİ" projesi doğaya orman, organ bağıyla can, lösemili çocuklarımıza kan, engelli kardeşlerimize tekerlekli sandalye, maddi olanaksızlıklar yaşayan başarılı öğrencilerimize iyi bir gelecek, spastik, otistik ve görme engelli yavrularımıza da güvenilir bir el olma güvencesi vermeye devam etmektedir.

Bir başka amacı da, bu projeye önce İzmir ve Ege Bölgesinde, sonrada tüm Türkiye'deki diğer kurumlara sesini duyurmak ve örnek olmak isteyen İZELMAN, 2009 yılı içerisinde %100 personel katılımıyla, yüzlerdeki gülümsemenin baki kalmasını hedeflemektedir.



| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Çocuk İşsizliğine Karşı Toplumsal İşbirliği ve Adana İlinde Yürütülen Zamana Bağlı Politika ve Program Çerçevesinde (ZBPPÇ) Faaliyetlere Destek Projesi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu -TİSK |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 12 Aralık 2005 - 30 Mart 2007 |
| İLGİLİ KİŞİ | : A. Ferhat İlter |

PROJENİN ÖZETİ:

TİSK ve TÜRK-İŞ ortaklığına dayalı proje ile, ILO'nun temel haklara ilişkin 8 sözleşmesinden biri olan 182 sayılı "En Kötü Şartlardaki Çocuk İşçiliğinin Yasaklanması ve Ortadan Kaldırılmasına İlişkin Acil Önlemler Sözleşmesi"nin, ülkemizde hayata geçirilebilmesi için Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın Önderliğinde hazırlanmış olan programa (ZBPPÇ) katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Proje kapsamında Adana ilinde oluşturulan "TİSK ve TÜRK-İŞ Çalışan Çocuklar için Toplumsal Destek Merkezi" 23 Mayıs 2006 tarihinde hizmete açılmış olup, sanayi sektöründe, mevsimlik tarım işçiliğinde ve sokakta çalışan çocuklara ve ailelerine eğitim ve sağlık hizmetleri sunulmuştur.

Proje ile yaşları 7 ile 15 arasında değişen, 360 çalışan çocuğa ulaşılmıştır. Proje süresince 345 çocuğun çalışmayı bırakması sağlanmış ve/veya çalışmaya başlamaları önlenmiştir. Proje, 30 Mart 2007 tarihinde sone ermiş olmakla birlikte, Merkez'de çalışan çocuklara yönelik, sağlık ve eğitim destek çalışmaları TİSK tarafından devam ettirililmektedir.





| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Hayatımın Fikri, Gençlik İçin Girişimcilik Projesi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Avea İletişim Hizmetleri A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 1 Ocak 2006 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Hale Elif Ergün |

PROJENİN ÖZETİ:

Üniversite öğrencilerine yönelik tasarlanmış en kapsamlı girişimcilik eğitimi programı olan "Hayatımın Fikri, Gençlik İçin Girişimcilik" projesi, genç girişimcinin ihtiyaç duyacağı tüm destekleri sunmaktadır. Proje, eğitim, danışmanlık, proje sergisi, işletme geliştirme danışmanlığı ve önderlik programı aşamalarından oluşmakta olup, projenin eğitim aşamasında uygulanabilir iş fikri, girişimcilik, fizibilite hazırlama, iş planlaması konularında dersler verilmektedir. Eğitimleri tamamlayıp, kazandıkları donanımla iş planlarını hazırlamaya başlayan genç girişimci adaylarına bire bir görüşmelerle danışmanlık verilmektedir. İş planlarını tamamlayan adayların arasından, öğretmenler tarafından ön eleme yapılarak, başarılı bulunan gençler, İstanbul'da düzenlenen proje sergisine davet edilerek, tanınmış ve başarılı profesyonellerden oluşan Gençlik için Girişimcilik Kurulu'na, projelerini sunmaktadırlar. Kurul tarafından başarılı bulunan iş fikirleri, değişen miktarlarda fonla desteklenmektedir. İş fikirlerini hayata geçirme sürecinde ve işlerini kurduktan sonra en kritik dönemleri olan ilk yıllarında da, genç girişimciler işleri hakkında raporlarını proje ekibine sunarak işletme geliştirme danışmanlığından faydalanmaktadırlar. Girişimcilik Kurulu üyeleri tarafından verilen önderlik sayesinde de yerel koşullarda fikir alışverişi yapma fırsatı bulamayacakları profesyonellerin yol göstericiliğinden yararlanmaktadırlar. Proje 2009-2010 döneminde 10 üniversitede devam etmektedir.



| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Doğu Anadolu Turizm Geliştirme Projesi (DATUR) |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Efes Pilsen / MPR Halkla İlişkiler |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : MPR Halkla İlişkiler |
| ZAMAN | : Mart 2007 - Devam ediyor. |
| İLGİLİ KİŞİ | : Durul Candemir, Aynur Keskindürk |

PROJENİN ÖZETİ:

Doğu Anadolu Turizm Geliştirme Projesi (DATUR) Efes Pilsen, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ve Kültür ve Turizm Bakanlığı işbirliği ile 2007 yılından bu yana yürütülen bir bölgesel kalkınma projesidir. Proje, doğası, zengin biyolojik çeşitliliği, yaban hayat gözlemciliği, tarihsel dokusu, açık hava sporları açısından alternatif bir turizm merkezi olma potansiyeli taşıyan Erzurum ve Artvin illeri sınırında yer alan Çoruh Vadisi'nde yürütülmektedir. Türkiye'nin turizm açısından geliştirilebilir diğer bölgeleriyle sürdürülmesi planlanan proje, üç ana temel üzerinde yükselmektedir: "Eğitim ve Örgütsel Kapasite Geliştirme Çalışmaları", "Ürün Geliştirme" ve "Tanıtım ve Pazarlama Çalışmaları". "Eğitim ve Örgütsel Kapasite Geliştirme Çalışmaları", yerel turizm örgütlenmelerini içerirken, Çoruh Vadisi'nin turizm potansiyeli ve sağlayabileceği istihdam alanları açısından da farklılık ve bilinç oluşturmaya amaçlamaktadır. Proje birinci yılında; uygulama bölgesi olarak seçilen Çoruh Vadisi'nde önemli gelişmelere imza atmıştır. Vadinin atıl durumdaki, doğal ve kültürel zenginlikleri ortaya çıkarılırken, bölge insanının turizm odaklı istihdamında, değerli sonuçlar elde edildi. Başta ev pansiyonculuğu olmak üzere, yöreye yeni istihdam alanları kazandıran DATUR, doğrudan bölge insanının içinde yer aldığı turizm örgütlenmeleri ile de yerel bilincin oluşturulmasını sağlamaktadır. Konaklama tesislerinin, çevreye uygun hale getirilmesine yönelik planlamalara danışmanlık hizmeti verilirken, kullanılmayan köy evlerinin de pansiyonculuğa kazandırılması amaçlandı. Efes Pilsen, 2007 yılında "Ücretsiz Efes Pilsen Turizm Eğitimleri" projesini başlattı. Bu eğitimler kapsamında, bölgede yaklaşık 400 kişiye sertifika verildi.





Mercedes-Benz

PROJENİN ADI : **Bolluca Çocuk Köyü Projesi**

BAŞVURAN KURULUŞ : Mercedes-Benz Türk A.Ş.

HALKLA İLİŞKİLER AJANSI : -

ZAMAN : Eylül - Ekim 2008

İLGİLİ KİŞİ : Salih Ertör

PROJENİN ÖZETİ:

Mercedes-Benz Türk ve Mercedes-Benz Finansman Türk'ün yönetim ekibi, 2008 yılının Ekim ayında, Türkiye'nin ilk ve tek çocuk köyü (SOS Children Village) modeline sahip Bolluca Çocuk Köyü'nde, yoğun bir ön çalışma ile altyapısını hazırladığı sosyal aktiviteyi gerçekleştirdi. 112 kişiden oluşan ekip, tek yürek olarak "kurumsal vatandaş" yaklaşımıyla, altı farklı çalışma istasyonunda Bolluca Çocuk Köyü'ndeki sosyal kullanım alanlarının iyileştirilmesine, tam gün bilfiil çalışarak katkı sağladı ve sosyal aktivitenin sonunda çocukları yeşilliklerle çevrili, çevre dostu bir oyun parkı ünitesi ile buluşturuldu. Şirketin, Bolluca Çocuk Köyü'ne yönelik destekleri devam etmektedir.



| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Türkiye'nin Kadın Girişimci Yarışması |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : T. Garanti Bankası A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 2007 - devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Derya Açar Ergüç, Nevra Sezer, Büşra Cinisli, Merve Türkoğan |

PROJENİN ÖZETİ:

Farklı öncelik ve ihtiyaçları olan Kadın Girişimcilere, Kadın Girişimci Destek Paketi ile destek veren Garanti Bankası, "Girişimci Ruh"u ekonominin gelişimi için öncelik olarak görmektedir. Kadın girişimcileri cesaretlendirmek ve ödüllendirmek amacıyla, 2007 yılında başlatılan "Türkiye'nin Kadın Girişimci Yarışması"nda katılımcı sayısı her geçen sene artan bir grafik göstermiş; ilk yıl 108, ikinci yıl 806 başvurunun alındığı yarışmada, 2 senede yaklaşık 1000 kadın girişimciye ulaşılmıştır. 2007 senesinde, yarışmada dereceye giren bir kadın girişimcimiz, bu yıl Birleşmiş Milletler'in New York'daki genel merkezinde, 53. Kadın Statüsü Komisyonu toplantısı kapsamında düzenlenen "Kadın Girişimciliğin Desteklenmesi: Türkiye Örnekleri" başlıklı paralel oturumda, başarı hikayesini uluslar arası bir platformda sunmuştur.





| | |
|-------------------------|----------------------------|
| PROJENİN ADI | : Yalnız Değilsiniz |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : T.C Samsun Valiliği |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : Ocak - Şubat 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Hasan Basri Güzeloğlu |

PROJENİN ÖZETİ:

"Yalnız Değilsiniz", Samsun ili ve ilçelerindeki başta şehit çocukları olmak üzere, annesi babası veya her ikisi de vefat etmiş çocuklara yaşam sevincini aşılacak, özgüvenlerini kazandırmak, hayata sevgi temelinde yaklaşmak ve bu bağlamda karne sevinçlerini paylaşmak amacıyla hazırlanmıştır.

"Yalnız olmadıkların", devletimizi temsil eden en üst görevli il valimizin bizzat kendisinin yazdığı ve imzaladığı doğrudan isimlerine yazılmış bir mektup ile hissettirmek, sadece bir anlık değil, tüm yaşamları boyunca devlet ve toplum olarak, onlarla birlikte olduğumuzu bildirmek ve halkla devletle kucaklaşmasını sağlamak adına içeriğiyle Türkiye'de gerçekleştirilen, ilk projedir.

Başbakanlık tarafından Türkiye'de örnek gösterilmiş ve tüm illerde uygulanması tavsiye edilmiştir.

**TEB**

BNP PARIBAS ORTAKLIĞI

| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : AFD Kaynaklı Kredi ve Sosyal Sorumluluk Projesi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : TEB Türk Ekonomi Bankası |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 16 Nisan 2007 - devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Simla Ünal |

PROJENİN ÖZETİ:

KOBİ Finansmanında, dünyanın en önemli kuruluşlarından olan Fransız Kalkınma Ajansı (AFD), TEB'in KOBİ'ler için yaptığı çalışmaları bir başarı hikayesi olarak kabul edip, EUR 40.000.000 tutarında uzun vadeli kredi sağlamıştır. TEB'in Sosyal Sorumluluk bilincinin ödüllendirildiği bu projede, KOBİ'ler, İşletme Sermayesi Kredisi ve Yatırım Kredisi ihtiyaçlarını cazip vade ve fiyatlarla finanse edebilmektedirler. TEB, AFD kaynaklı kredilerden elde ettiği kazancın belirli bir oranını, KOBİ'lere yönelik eğitim ve benzeri faaliyetleri finanse etmeye tahsis etmektedir.

Bu projenin en önemli yanı, KOBİ'lerin sadece finansman ihtiyacını karşılamakla yetinmeyip, Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) konusunda bir bilinç yaratabilmek amacıyla, KOBİ'ler için özel olarak hazırlanmış bir KSS Bilinçlendirme Eğitimi ve KSS Check-up'ını da KOBİ'lere ücretsiz olarak sunacak olmasıdır.

KSS, son yıllarda dünya'da en önemli kavramlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Gelecek yıllarda KSS bilinci ve/veya sertifikasyonu olup olmaması firmaların uluslararası piyasalarda rekabet güçlerini önemli oranda etkileyecek unsurlardan biri olacaktır. TEB bu anlamda, KOBİ'lere hem KSS bilincini aşlamak hem de KOBİ'lere rekabet avantajı sağlamak için geliştirdiği bu projede, dünyanın bu alanda lider danışmanlık firmalarından olan SGS ile işbirliği yapmaktadır.



Sabancı Üniversitesi

| | |
|---------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Çöp(m)adam |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Sabancı Üniversitesi |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI : | Sabancı Üniversitesi İletişim ve Halkla İlişkiler Birimi |
| ZAMAN | : 1 Mart 2008 - 10 Nisan 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Demet Oğuz |

PROJENİN ÖZETİ:

Sabancı Üniversitesi Toplumsal Duyarlılık Projeleri bünyesinde uygulanmaya başlanan, çöp(m)adam projesiyle, kadınların işgücüne katılımına katkıda bulunmak, bu alanda küçük de olsa bir fark yaratabilmek, bir model oluşturmak için yola çıkıldı. Unilever Türkiye ve Ece Sükan'ın da desteklediği çöp(m)adam sayesinde, kısa süre öncesine kadar hiç çalışmamış olan kadınlar, Ayvalık (Balıkesir), Diyarbakır ve İstanbul'da kurulan atölyelerde, geri dönüşümlü ambalaj malzemelerinden çanta üretmeye başladı. Çöp(m)adam kadınlar, kadınlara özgüven kazandırılması, yoksulluğun engellenmesi, çevrenin korunması gibi alanlarda, toplum düzeyinde bir farkındalığın oluşturulmasına katkıda bulunuyor. Ece Sükan Vintage, California Nail Bar, Sabancı Üniversitesi Sakıp Sabancı Müzesi, Sabancı Üniversitesi ve Karınca-Kanyon'da satışa sunulan çantalardan elde edilen gelirin tamamına yakını, kadınlara ödeniyor, kadınlar yaptıkları çanta başına ücret alıyor. Elde edilen gelirin geri kalanı ise projenin geliştirilmesi için ayrılan fona aktarılıyor.



| | |
|-------------------------|--------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Temsa Kaptanlar Kulübü |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Temsa Global San. Ve Tic. A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Soyly & Cengiz |
| ZAMAN | : 4 Haziran 2008 - Devam etmektedir. |
| İLGİLİ KİŞİ | : Ekrem Özcan |

PROJENİN ÖZETİ:

Temsa Global, Temsa Kaptanlar Kulübü projesiyle; karayolu yolcu taşımacılığı sektöründe, otobüs şoförlerine hak ettikleri değeri vermeyi, sosyal hayatlarını zenginleştirmeyi, kişisel gelişimlerine ve eğitimlerine katkıda bulunmayı, anlaşmalı firmalar aracılığıyla üyelerine özel indirim ve fırsatlar sağlamayı hedeflemektedir. Türkiye çapında 2000'in üzerinde üyesi bulunan kulüp, karayolu yolcu taşımacılığı sektöründe hizmet veren kaptan şoförleri, aynı çatı altında toplaması ve onlara özel hizmetler sunmasıyla da Türkiye'de bir ilki temsil etmektedir.





| | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Gönül Köprüsü |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Mese İletişim Danışmanlığı |
| ZAMAN | : 1 Nisan 2008 - 1 Ağustos 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Derya Kökten |

PROJENİN ÖZETİ:

Gönül Köprüsü projesi, Türkiye'nin 81 ilinden gelen 100 bin öğrencinin, ülkemizi daha iyi tanımalarını sağlamak ve kendilerine güvenen sorumluluk sahibi bireyler olarak yetişmelerine destek olmak amacıyla, Millî Eğitim Bakanlığı ve Turkcell'in işbirliğiyle hayata geçirildi.

8 hafta süren proje kapsamında, Türkiye'nin dört bir yanından 5'er günlük gezilere katılan ilköğretim 7., 8. ve ortaöğretim 9., 10. sınıfta okuyan 100 bin öğrenci, hiç görmedikleri illeri gördüler ve dostluklarını pekiştirdiler.

Gönül Köprüsü öğrencileri, 5'er günlük gezilerinin ilk 3 gününde, gittikleri ilin İl Millî Eğitim Müdürlükleri'nce düzenlenen programlara katılarak, ziyaret ettikleri şehrin, tarihi ve turistik mekanlarını gezdiler, kültürel aktivitelere katıldılar. Öğrenciler, gezilerinin son 2 gününde ise mihmandar aileleriyle birlikte yöresel faaliyetlere katıldılar ve dostluklar kurdular.

Gönül Köprüsü projesi süresince, toplam 4 bin 760 otobüs seferi yaptı ve 4.630.000 km yol kat edildi. Gezi süresinde öğrencilere, 2 bin 380 idareci ve 4 bin 760 öğretmen eşlik etti. 81 ilde projenin sağlıklı bir şekilde yürümesi için Gönül Köprüsü proje ekipleri kuruldu ve bu ekiplerde toplam 254 kişi görev aldı.

Proje kapsamında ayrıca Nevşehir, Mersin, Bolu, Sinop, Rize, Bilecik, Adana, Ağrı, Antalya, Eskişehir, Gaziantep, Ordu, İstanbul ve Malatya gibi pek çok ilde binlerce fidan dikilerek, Gönül Köprüsü Hatıra Ormanları kuruldu.



| | |
|-------------------------|-----------------------------|
| PROJENİN ADI | : YİBO Hijyen Projesi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Eczacıbaşı Topluluğu |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : A&B İletişim |
| ZAMAN | : Kasım 2007 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Okşan Atilla Sanön |

PROJENİN ÖZETİ:

Eczacıbaşı Topluluğu, eğitim alanındaki sosyal sorumluluk çalışmalarını "hijyen" konusuna odaklayarak, "öğrencilere çağdaş, kaliteli ve sağlıklı yaşam koşulları sunma" misyonu ile projelerini 2007 yılından itibaren Yatılı İlköğretim Bölge Okulları'na (YİBO) yönelik gerçekleştirmeye başladı.

Eczacıbaşı Topluluğu, Topluluk kuruluşlarından İpek Kağıt'ın ilköğretim okullarında 2002 yılından itibaren sürdürmekte olduğu "Solo İlköğretim Kişisel Hijyen Eğitimi" ile edindiği bilgi ve birikimi, 2007 yılından itibaren Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği (ÇYDD) işbirliği ile farklı bir platforma taşıdı ve YİBO'ların tuvalet ve ıslak zeminlerinin VitrA ve Artema markalı ürünlerle yenilenmesi projesini hayata geçirdi. Proje kapsamında, Anadolu'daki yatılı ilköğretim bölge okullarının (YİBO) banyo ve tuvaletleri Eczacıbaşı Topluluğu mimarları tarafından projelendiriliyor, tesisat altyapısı yenilenerek Topluluk markalarından VitrA ve Artema ürünleriyle yepyeni mekanlar yaratılıyor. Eczacıbaşı Topluluğu markalarından VitrA, Artema ve İpek Kağıt'ın sinerji ve deneyimleri ile öncelikle öğrencilerin içinde buldukları mekan hijyenik hale getiriliyor, ardından okullarda kişisel hijyen eğitimi ve tuvalet eğitimi veriliyor. Eczacıbaşı çalışanlarının YİBO öğrencilerinin duygusal dünyalarını zenginleştirmeye yönelik gönüllü projeleri ise projeye katma değer sağlıyor. Projede aktif rol alan kişi, kuruluş ve yerel yönetimlerin desteği ile YİBO Hijyen Projesi, büyüyerek ve gelişerek devam ediyor.





| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Erbaa Yatırım Odaklı Sürdürülebilir Kalkınma Projesi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Erbaa Belediye Başkanlığı |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : |
| ZAMAN | : 1997 - 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Ahmet Yenihan |

PROJENİN ÖZETİ:

Bu proje Erbaa Kaymakamlığı, Erbaa Belediye Başkanlığı, Erbaa Meslek Yüksek Okulu ve Erbaa Ticaret Sanayi Odası' nın ortaklaşa yürüttükleri bir projedir. Erbaa' da hızlı nüfus artışına paralel olarak işsizlik oranı ile beraber, sosyal, kültürel, çevre, eğitim, spor, ve alt yapı ihtiyaçları da artmıştır. Bu durum yerel yöneticileri yeni arayışlara, yeni girişimlere ve ilçede uzun vadede ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmayı sağlayacak projeler üretmeye yöneltmiştir. Erbaa' da istihdamı ve yerel kalkınmayı arttırmak için öncelikli olarak 1997 yılında Erbaa Organize Sanayi kurulmuş ve zaman içinde 67 işletme ilçeye kazandırılmıştır. Bu sayede istihdam kapasitesi 7.500' e yükselirken, sağlanan iş imkanları sayesinde 36.500 kişi de sağlık güvencesine kavuşmuştur. Erbaa Meslek Yüksek Okulu da işletmelerin ihtiyaç duydukları elamanları yetiştirmek amacıyla programlar, kurlar açmış ve ilçedeki insan kaynağı, aktif işgücü ve kalifiye eleman sağlanmıştır.

Toplum sosyal içerikli ihtiyaçlarını karşılamak ve yaşam standartlarını yükseltmek için modern şehircilik anlayışına uygun toplu konutlar, spor tesisleri, kent parkı, piknik ve mesire alanı, sanat ve kültür merkezi, huzur evi, rehabilitasyon merkezleri kurulmuştur. Okul ve öğretmen sayısı artırılarak eğitim seviyesi yükseltilmiştir. Meslek Yüksek Okullarının program ve öğrenci sayıları arttırılmıştır. Sonuç olarak; Erbaa ekonomik sosyal ve kültürel kalkınmayı sağlayacak projelerin 1997 2008 yılları arasında başarılı şekilde uygulanmasıyla Karadaniz Bölgesi, Kelkit Havzası ve Tokat ilinde yükselen bir değer ve cazibe merkezi haline gelmiştir.



PROJENİN ADI : **Yerel Düzeyde İşgücü Piyasasını İzleme ve Yönlendirme Mekanizmalarının Etkinleştirilmesi Projesi**

BAŞVURAN KURULUŞ : Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu -TİSK

HALKLA İLİŞKİLER AJANSI :

ZAMAN : 29 Kasım 2006 - 29 Eylül 2007

İLGİLİ KİŞİ : A. Ferhat İlter

PROJENİN ÖZETİ:

Proje ile ülkemizde, yeni ve verimli istihdam alanları yaratılması ve mesleki eğitimin geliştirilmesi için il düzeyindeki işgücü piyasasına ilişkin verilerin toplanmasında, değerlendirilmesinde ve istihdam politikalarının oluşturulmasında sosyal tarafların öncülüğünde, il istihdam kurumlarının etkinliğinin artırılması amaçlanmıştır.

Proje TİSK ve TÜRK-İŞ ortaklığında yürütülmüştür.

Projede, pilot olarak seçilen Adana, Bursa, Gaziantep, İstanbul, İzmir ve Konya illeri İstihdam Kurullarında görev yapan TİSK ve TÜRK-İŞ Temsilcileri ile il düzeyinde "İşgücü Piyasası Göstergeleri" hazırlanmış, "İl Düzeyinde İşgücü Piyasası Bilgi Sistemi" kurulması amacıyla 81 ilde örnek alınıp uygulanabilecek yeni ve özgün araçlar geliştirilmiştir.

Projenin etkisiyle hükümet harekete geçerek, İŞKUR'da söz konusu "Bilgi Sistemi"nin kuruluş çalışmaları başlamıştır.



E-İLETİŞİM



Eczacıbaşı

| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Eczacıbaşı Topluluğu e-iletişim platformları: İnovasyon ve Sürdürülebilir Kalkınma Portalleri |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Eczacıbaşı Holding A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 2007 - Devam ediyor. |
| İLGİLİ KİŞİ | : Okşan Atilla Sanön |

PROJENİN ÖZETİ:

Eczacıbaşı Topluluğu'nun stratejik iş planında öncelikli olarak yer verdiği, "İnovasyon" ve "sürdürülebilir kalkınma" süreçlerinin, topluluk bünyesinde bilinirliğinin sağlanması ve süreçlere aktif katılım yaratılması amaçlanarak, topluluk çalışanlarının kullandığı önde gelen iç iletişim araçlarından olan Kurumsal Portal'de, Türkçe ve İngilizce olarak iki özel alan yaratıldı: İnovasyon Portalı ve Sürdürülebilir Kalkınma Portalı.

İnovasyon ve sürdürülebilir kalkınma kavramlarının tanımlarını, söz konusu alanlarda Eczacıbaşı Topluluğu uygulamalarını, Türkiye ve dünyadan haberleri, örnek çalışmaları, yayınları, etkinlikleri, online anket/forum/yarışma uygulamalarını ve proje öneri sistemlerini barındıran İnovasyon ve Sürdürülebilir Kalkınma Portalleri, sürekli güncellenen, dinamik yapıları ile topluluk çalışanlarının diledikleri anda erişebileceği birer e-iletişim platformudur. İnovasyon ve Sürdürülebilir Kalkınma Portallerinin daha çok kişi tarafından ve daha sık kullanımının sağlanması hedefiyle, güncellenen içerik bilgileri, yurtiçi ve yurtdışındaki tüm Eczacıbaşı Topluluğu çalışanlarına düzenli e-bültenlerle gönderiliyor.

İçerik ve tasarım açısından, İnovasyon ve Sürdürülebilir Kalkınma Portalleri ile ilgili kullanıcı memnuniyetini ölçmek üzere, yılda bir kez e-anket düzenleniyor. Kullanıcı ihtiyaçları doğrultusunda söz konusu alanlar sürekli yenileniyor, geliştiriliyor.



| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Yazlıktaki Kız Kanyon'da |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Kanyon Yönetim İşletim ve Paz. Ltd. Şti. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Pro İletişim |
| ZAMAN | : 25 Eylül - 17 Kasım 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Binnaz Dinçer |

PROJENİN ÖZETİ:

Proje, Kanyon'un bir buluşma noktası olduğu ve Kanyon'da herkesin tanıdıklarını, hatta yıllar önce yazlıkta kumda birlikte oynadığı çocukluk arkadaşını bile görebileceği bir mekan olduğunu aktarmak amacıyla gerçekleştirildi. Kampanyada bu fikrin yanı sıra, Kanyon ziyaretçilerinin kendini tatildeki kadar mutlu hissedebileceği bir yer olduğu anlatılmak ve Kanyon'un ziyaretçileri ile duygusal bir bağ kurulmak istendi. Kampanya mecra olarak internet, TV ve outdoor'da yer aldı. Ayrıca mini bir web sitesi ile interaktif bir ayak da oluşturuldu. Kampanya için özel olarak tasarlanan sitesine giriş yapan kullanıcılar, yıllar öncesinde yazlıkta ya da bir sahil kenarında çekilen "nostaljik" fotoğraflarını siteye yükleyerek sosyal bir platform oluşturdular. 61 farklı ülkeden, 19.530 kişinin ziyaret ettiği siteye toplamda, 1.199 kişi fotoğraf yükledi. Fotoğraf yükleyenler, fotoğrafın nerede çekildiği ve kendilerine ne ifade ettiğini anlatan yazılar da yazarak, fotoğrafların kendilerinde canlandığı güzel anıları birbirleriyle paylaştı. Ayrıca, siteye eklenen "arkadaşına tavsiye et" bölümü ile kampanyanın bu sosyal ağ içinde duyulması ve yaygınlaşması sağlandı.





TEB

BNP PARIBAS ORTAKLIĞI

| | |
|-------------------------|---------------------------------|
| PROJENİN ADI | : TEB Kobi TV |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : TEB Türk Ekonomi Bankası |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 16 Nisan 2007 - 10 Nisan 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Simla Ünal |

PROJENİN ÖZETİ:

Türk Ekonomi Bankası; KOBİ BANKACILIĞI yaklaşımını, finansal - ticari ilişkinin çok ötesinde "Banka - Kamu Kesimi - Sivil Toplum Örgütleri - Sanayici ve İş Adamı" gibi, KOBİ'lerle ilgili taraf olan aktörlerin işbirliğini sağlama ve bunu geliştirme gayreti eksenine üzerine kurmuştur. KOBİ'lerin karşısına geniş bir ürün ve hizmet yelpazesine çıkmanın yanında; KOBİ'leri dünya ölçeğinde rekabete hazırlayabilmek için Bilgi'yi, Teknoloji'yi, AR-GE'yi, TEB farkıyla sunmaktayız.

Bilgiyi KOBİ'lere iletmenin yolu olarak, teknolojinin son imkânları kullanılarak oluşturulan ve KOBİ'lere özel ilk internet televizyonu olan TEB KOBİ TV, KOBİ'lere, Bilgiyi, Ekonomik Yorumları, Sektörel Programları, Başarı Öykülerini hiçbir ücret ya da Banka müşterisi olma koşulu aramaksızın iletmektedir. TEB KOBİ TV üyelerine; para, döviz, altın vb. piyasalarla ilgili detaylı bilgileri, güncel ekonomi haberlerini öğrenebilecekleri "TEB NAKLEN FİNANS" hizmetini de ücretsiz olarak vermektedir. Ayrıca, TEB KOBİ TV ile firmalara, her biri konusunda marka olmuş isimlerle birebir etkileşim ve onlara kolayca ulaşabilme, sorularını sorabilme imkanı sunulmuştur. Bu çalışmanın ilk adımı olarak, vergi denince Türkiye'de akla gelen ilk isim Prof. Dr. Şükrü Kızılot, Sosyal Güvenlik ve İş Hukuku Alanlarının saygın isimleri Ekrem Sarısu ve Sezgin Özcan, strateji ve inovasyon konusunda Prof. Dr. Arman Kırım, uzmanlık alanları ile ilgili konularda TEB KOBİ TV de KOBİ'lerin sorularını yanıtlamaktadır.

SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI





| | |
|-------------------------|-------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Düşler Akademisi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Alternatif Yaşam Derneği |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 1 Nisan 2008 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Ercan Tural |

PROJENİN ÖZETİ:

Düşler Akademisi Projesi, dezavantajlı gençlerimizin engelsiz bir yaşama kavuşmaları için, Türkiye Vodafone Vakfı'nın, maddi desteği ile Alternatif Yaşam Derneği (AYDER) ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) işbirliğiyle gerçekleştirilmektedir. Beşiktaş Belediyesi, mekan tahsisi konusunda projeye destek vermektedir.

Engelli ve sosyal dezavantajlı gençlere konusunda uzman eğitimciler tarafından ücretsiz kültür ve sanat eğitimlerinin verildiği uluslararası bir sosyal sorumluluk projesi olan Düşler Akademisi, Drama-Tiyatro, ritim, dans, film, fotoğraf, DJ, enstrüman, resim, düş tasarımı ve moda tasarım atölyelerinden oluşmaktadır.

Akademiyenin amacı, engellilerin atölye eğitimlerini tamamladıklarında, branşlarında iş edinebilecek yetkinliğe kavuşmalarını sağlamaktır.

Bir sosyal sorumluluk projesidir.

"Herkes için sanat" yaklaşımı ile eşit katılım olanakları sunan öncü ve model bir projedir.

Dezavantajlı gençler için yepyeni bir kariyer yolculuğudur.

Sanat dünyasının yeni yıldızlarını yetiştirir.

"Herkes için evrensel tasarım" döneminin, ülkemizdeki ilk bütünlüklü örnek uygulamasıdır.

Engelli ve sosyal dezavantajlı gençlere ücretsiz olarak kültür ve sanat eğitimlerinin verileceği Düşler Akademisi'nin yakın hedefi, geçici bir proje olmaktan çıkıp uluslararası standartlarda eğitim veren kalıcı bir alternatif sanat akademisine dönüşmektir.



PROJENİN ADI : **Ar-ge'de Gaziantep Atılımı**

BAŞVURAN KURULUŞ : Gaziantep Sanayi Odası

HALKLA İLİŞKİLER AJANSI :

ZAMAN : 1 Ocak 2008 - Devam ediyor

İLGİLİ KİŞİ : A. Nejat Koçer

PROJENİN ÖZETİ:

Sanayi toplumundan, bilgi toplumuna geçtiğimiz şu günlerde bilginin yönetimi ve doğru bilginin doğru alanlarda kullanımı önem kazanmış ve sanayinin teknolojik gücünü, beyin gücü yönlendirir hale gelmiştir. Bu bağlamda, bilgi ve beyin gücünün işletmelerimizde ar-ge ile ilişkilendirilmesi, işletmelerin iletişim ağlarının genişletilmesi, her konuda yeni buluşların, yeni süreçlerin ve katma değer yaratacak farklı uygulamaların ortaya çıkmasını sağlayacaktır. Ocak 2008'de başlattığımız "Ar-ge'de Gaziantep Atılımı" projesi ile bilginin doğru kullanılması ve ar-ge'nin önemi konusunda işletmelerimiz üzerinde farkındalık yaratılması, işletmelerimizin ar-ge ve inovasyona yönlendirilmesi, yerel yönetimler, üniversite, STK'lar ve işletmeler arasında güçlü bir işbirliği ve iletişim ağının kurulması, amaçlanmıştır.





| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Nitelikli Gençlik, Güçlü Türkiye |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Cafer Sadık Abalıoğlu Eğitim ve Kültür Vakfı |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : |
| ZAMAN | : Kasım 2007 - Haziran 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Besim Ogelman |

PROJENİN ÖZETİ:

Meslek liseleri, en çok ihtiyaç duyulan ancak gerekli ilgiyi göremeyen okullardır. "Nitelikli Gençlik, Güçlü Türkiye" projesiyle, meslek lisesinde okuyan öğrencilerin, kişisel gelişimlerine katkı sağlanması amacıyla; grup mülakatları ve mesleki ilgi testleriyle 33 öğrenci seçilmiştir. Öğrencilere 2 yıl boyunca, kişisel ve kurumsal gelişim eğitimlerinin yanı sıra İngilizce eğitimleri verilmiştir. Dersler CSA Holding'in üst düzey yöneticilerinin kişisel tecrübeleri de dahil edilerek aktarılmıştır. Öğrencilerin aldıkları eğitimlerden bazıları İletişim, Kurumsal Kimlik, Yazılı İletişim, Raporlama, Takımdaşlık, Mülakat, İş ve İşçi Güvenliği, İş Hukuku, Toplam Kalite Yönetimi konularında olmuştur. Öğrencilerin stajları devam etmekte olup, staj sürecinin sonunda iş olasılığı sağlanması planlanmaktadır.



| | |
|-------------------------|------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : “Suyunu Boşa Harcama” Kampanyası |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : TEMA Vakfı |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Tria İletişim Hizmetleri |
| ZAMAN | : 1 Ocak 2007 - 27 Nisan 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Firuzan Eren - Nil Yıldızalp |

PROJENİN ÖZETİ:

2007 yılında TEMA Vakfı için oluşturulan, “Suyunu Boşa Harcama” kampanyasının amacı, dört kişilik bir ailenin evde uygulayabilecekleri beş basit önlemle, yılda 140 ton suyu kurtarabileceklerinin mesajını vererek küresel ısınmanın en önemli etkisi olan susuzluğa dikkat çekmektir. Suyunu Boşa Harcama kampanyasının başarısı ve farklılığı insanlara somut olarak yapabilecekleri önlemleri göstererek ne kadar su kurtarabildiklerini de gösterebilmesidir. Kampanya, ilk üç ay içinde yapılan tüm çalışmalar (Saha, basın vs.) sonunda İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından reklam mecraları kullanımı açısından desteklenmiştir. İSKİ su faturalarında hala logosu yer alan kampanya sadece İstanbul’da çok kısa bir sürede 18 milyon metreküp (Elmalı Barajı’nın İstanbul’a sağladığı bir yıllık su miktarı) su tasarruf etmiştir. TEMA Vakfı örgütlenmesi ile kampanya tüm Türkiye’ye yayılmıştır.



KAMU KURULUŞLARI



| | |
|-------------------------|---------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Bursa Alışveriş Şenliği |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Bursa Ticaret ve Sanayi Odası |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 2005 - Devam ediyor. |
| İLGİLİ KİŞİ | : Nihat Balkan |

PROJENİN ÖZETİ

Projenin amacı, Bursa'nın Güney Marmara bölgesindeki önemini vurgulamak, şehrin alışveriş, kültür, sanat, eğlence, tarihi ve doğal zenginliklerini ön plana çıkarmaktır. A, B, ve C+ sosyo ekonomik sınıf için Bursa'nın tercih edilmesini sağlamak ve yöre halkını, yerli - yabancı turisti bu bölgede tüketime yönlendirmek amacıyla, 2005 yılında başlattığımız proje, her yıl düzenlenerek geleneksel hale getirildi.

Şenliğe, gerek AVM çatısı altında, gerekse geleneksel alışveriş mekanlarındaki tüccarların belirli oranda yapacakları indirimlerle katılımı sağlanıyor. Şenlik süresince devam edecek kampanyalar ile tüketiciler hem indirimli alışveriş imkanı buluyor, hem hediye çekilişlerinde birbirinden değerli hediyeler kazanabiliyor, hem de şenlik sonunda düzenlenen konserlerde eğlenebiliyorlar. Proje, Oda tarafından gerçekleştirildikten sonra Balıkesir ve Yalova illeri tarafından benchmark olarak seçildi. Bu iller de şenlik düzenledi. Ayrıca, Konya ve Uşak illerinde de Şenlik'le ilgili eğitimler düzenlendi.



| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Tokat Üretiliyor Projesi "Bir Ulusal Üretim Seferberliği Örneği" |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Tokat Valiliği |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 2008 - Devam ediyor. |
| İLGİLİ KİŞİ | : Dr. Recai Akyel |

PROJENİN ÖZETİ:

Projenin hedef kitlesi bireylerdir. Toplumsal gelişmenin ve ekonomik kalkınmanın temelinde, çalışma ve üretim aktivitelerinin öncelikli ve önemli, ayrıca çok sayıda toplumsal sorunun esas kaynağının bireysel tembellik ve toplumsal üretimsizlik, olduğunu kabul eder.

Genel Amacı:

- Bireylerin ve kurumların ve şirketlerin daha fazla üretmesini teşvik etmek. Mevcut üretimin nicelik ve nitelik olarak artırılmasını cesaretlendirmek.
- Üretim aktivitesini geniş yelpazede düşünerek; sanayide, tarımda, kültürde, turizmde, fikirde, sanatta, sporda, projede, hizmette, eşyada ve toplumun her kesiminde üretmeyi gerçekleştirmek.
- Çalışırken ve üretirken kalite, etik, estetik ve verimlilik kavramlarını özümsetmek.
- Bireylerin, kurumların ve coğrafik olarak bölgelerin rekabet avantajlarını - bireyler için yeteneklerini, kurumlar ve bölgeler için kapasitelerini ve potansiyellerini - keşif ederek yapabileceklerini yapmaya yönlendirmek.
- Çalışmayı ve üretmeyi engelleyen kişisel tutum ve davranışların belirlenerek değiştirilmesini sağlamak.
- Bütün uğraşların üretime dönüştürülmesini sağlamak.

Böylelikle kitleleri yoksulluğun bir mecburiyet olmadığı konusunda ikna ederek, içinde bulunduğu durumu kabullenmiş ve durumunu sorgulamayan insan tipinden; azimli, cesaretli, girişimci, yenilikçi, sorumluluk sahibi insan tipine dönüştürmek hedeflenmektedir.

Misyonu:

Bireylere, çalışmak ve üretmek aktivitelerinin önemli olduğunu vurgulamaktır.

Vizyonu:

Üretimi teşvik ederek, insanların, kurumların ve şirketlerin daha fazla üretmelerini sağlamaktır. İnsanların kalifiye olmalarını teşvik etmek ve sağlamak, bu sayede ilimizi Türkiye'ye ve Dünya'ya tanıtmak, projemizin temel çerçevesini oluşturmaktadır.





| | |
|-------------------------|---------------------------------------|
| PROJENİN ADI | :Ege Üniversitesi Mutlu Çocuk Projesi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | :Ege Üniv. Basın ve Halkla İliş. Müd. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | :22 Ağustos 2008 - Devam ediyor. |
| İLGİLİ KİŞİ | :Özlem Arınık Topuz |

PROJENİN ÖZETİ

Ege Üniversitesi, yüksek öğretiminin yanı sıra, uzun yıllardır özellikle İzmir ve Ege Bölgesi halkına, üst düzeyde sağlık hizmeti sunmaktadır. 22 Nisan 2008 tarihinde büyük bir kısmı hizmete giren EÜ Tıp Fakültesi Çocuk Hastanesi, Ortadoğu ve Balkanların en büyük hastanelerinden biri olarak, çocuk sağlığı alanında önemli bir açığı kapatacak ve günde 1.000 - 1.500 çocuğa bakım olanağı sunacaktır. Türkiye'de yılda 5000 hasta (çocuk ve erişkin), kök hücre tedavisine ihtiyaç duyarken, mevcut merkezler sayıca yetersiz kalmakta ve hastalar nakil için sıra beklerken hayatlarını kaybetmektedir. Bu kapsamda, Çocuk Hastanesi'nde dünya standartlarına uygun bir kök hücre nakil ünitesinin yapımı ve donanımını bağış yolu ile tamamlayarak hizmete açabilmek amacıyla, EÜ Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü tarafından "Mutlu Çocuk" Halkla İlişkiler Projesi geliştirilmiştir. 22 Ağustos 2008 İzmir Enternasyonal Fuar'ında, 1.000 metrekairelik stand çalışması ile başlayan proje, Hepsi Grubu konseri ile sürdürülmüş olup, üçüncü etap çalışmaları 2009 yılı içerisinde devam edecektir.



T.C.

KAHRAMANMARAŐ VALİLİĞİ

| | |
|-------------------------|-------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Yalnız Değilsiniz |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : KahramanmaraŐ Valiliği |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Dr. İzzet Lofça |
| ZAMAN | : 1 Nisan 2008 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : Mehmet Niyazi Tanılır |

PROJENİN ÖZETİ:

KahramanmaraŐ'ta, merkeze uzak köy, kasaba ve ilçelerden tedavi amacıyla gelen hasta ve hasta yakınlarının tedavilerinin sũrdũĐũ zaman içerisinde barınma sorunlarının olduğu tespit edilmiŐ, bu sorunun giderilmesi için KahramanmaraŐ Valiliği Sosyal Yardımlaşma ve DayanıŐma Vakfı(SYDV) tarafından hasta ve hasta yakınlarına ücretsiz yeme, içme ve barınma hizmeti sunulmaya baŐlanmıŐtır. Şu anda yũrũtũlen ve yararlanıcıların memnun olduğu bu uygulamanın yaygınlaştırılması için Sosyal Yardımlaşma ve DayanıŐma Vakfı tarafından, bir dizi tanıtım ve yaygınlaŐtırma faaliyeti yũrũtũlmũŐtũr. Bu kapsamda, yerel medya (Gazeteler, İnternet siteleri, televizyonlar, radyolar) aracılığıyla haberler yapılmış, hastanelere, toplu taŐım araçlarına, kamu kurumlarına afiŐler asılmıŐ, il ve ile kamu kurumlarına halka duyurulması için yazılar gönderilmiştir. Hastanelerdeki Hasta Hakları Birimlerindeki personel uygulama ile ilgili olarak eğitilmiş, ihtiyacı olan hastalarla birebir ilgilenmek suretiyle hizmeti sũrdũrmeleri sağlanmıştır. 2008 Nisan ayından beri yũrũtũlen projeden, bu gũne kadar 362 hasta ve hasta yakını yararlanmıŐ, bugũn itibariyle de yararlanmaya devam etmektedirler.





| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Sayısal Kayıt Arşiv ve Analiz Sistemi (SKAAS) |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 22.02.2006 - Devam ediyor |
| İLGİLİ KİŞİ | : N. Cihangir Şahin |

PROJENİN ÖZETİ:

SKAAS Projesi, 3984 sayılı kanun ile belirlenmiş olan Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun yayın izleme ve denetleme yükümlüğünün, daha etkin bir şekilde yerine getirilmesi amacıyla hayata geçirilmiştir. SKAAS Projesi, RTÜK ile TÜBİTAK Ulusal Elektronik ve Kriptoloji Araştırma Enstitüsü (UEKAE) ve TÜBİTAK UZAY Enstitülerince gerçekleştirilmiştir. Sayısal Kayıt Arşiv ve Analiz Sistemi; uydu, kablo, karasal ve internet üzerinden yayın yapan televizyon ve radyo kanallarını sayısal olarak arşivler, kayıtlar üzerinde ses ve görüntü analizleri yapar. SKAAS yaklaşık 100 TV ve 100 radyo yayınının, RTÜK Merkezde 6 ay süreyle kaydedilip, arşivlendiği, izlendiği ve analizlerinin yapıldığı bir sistemdir.

SPONSORLUK İLETİŞİMİ





Mercedes-Benz

| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Mercedes-Benz Türk A.Ş. "Türk Milli Futbol Takımlarına Destek Konvoyu" |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Mercedes-Benz Türk A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 23 Mayıs - 16 Haziran 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Başak Demiryumruk |

PROJENİN ÖZETİ:

Proje, "Avrupa Şampiyonluğu Yolunda Yanındayız" sloganı ile 2008 yılında gerçekleşen, Avrupa Futbol Şampiyonası sırasında Türk Milli Futbol Takımları'nın yanında olmak, yerel etkinlikler ile bu coşkuyu halkın da katılımı ile artırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Proje kapsamında gidilen 20 ilde organizasyon gerçekleştirilmiştir (İstanbul, Ankara, Aksaray, Trabzon, Sivas, Kayseri, Gaziantep, Konya, Denizli, İzmir, Manisa, Bursa, Çorlu, Antalya, Adana, Hatay, Diyarbakır, Erzurum, Samsun, Eskişehir). Gidilen illerde futbol severlerin Milli Takım'a destek mesajları toplanmış, derlenen bu mesajlar Mercedes-Benz sponsorluk web sitesi üzerinden yayınlanmış ve mesajların yer aldığı film, Milli Takım oyuncularına ulaştırılmak üzere Türkiye Futbol Federasyonu'na iletilmiştir. Etkinlik süresince düzenlenen futbol içerikli oyunlar ile halkın keyifli vakit geçirmesi hedeflenmiştir. Gidilen her ilden yerel bir kaleci etkinliğe davet edilerek sporseverler ile buluşturulmuştur. Gidilen illerde o ilden, Milli Takım'da oynayan oyuncu var ise ailesi etkinliğe davet edilmiştir. Etkinliğe katılan halk, futbol topu, milli takım forması gibi hediyeler kazanmıştır. Türkiye turu sırasında oynanan Euro 2008 eleme maçları ise gidilen ilde kurulan dev ekranda gösterilerek katılımcılarla birlikte izlenmiştir.

Ayrıca tur sırasında sitesine giren futbolseverler, A Milli Futbol Takımı ve 2008 Avrupa Futbol Şampiyonası'yla ilgili haberlere, son dakika gelişmelere ulaşma imkanı elde ederek sitede bulunan yarışma kısmındaki soruları doğru cevaplayarak hediyeler kazanmışlardır.

Etkinlik Türkiye çapında spor sponsorluğuna olumlu bakış geliştirmiş, 20 ilde 13.300 katılımcıya ulaşarak Mercedes-Benz'in futbol milli takımları ana sponsorluğu bilinirliği artırılmıştır. Ayrıca sponsorluk web sitesinin de bilinirliğine olumlu katkı sağlanmıştır.



| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Bank Asya 1. Lig Sponsorluk İletişimi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Ninova Spor İletişimi Ltd. Şti. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Ninova Spor İletişimi Ltd. Şti. |
| ZAMAN | : 31 Mart 2008 - 31 Aralık 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : R. Kaan Ark |

PROJENİN ÖZETİ:

Bank Asya 1. Lig projesi, spor sponsorluğu açısından bakıldığında tüm paydaşların yarattıkları faydayı maksimize ettikleri, ülkemizin ender spor sponsorluklarından biridir.

Türk finans sektörünün parlayan, yenilikçi, etik değerlere bağlı markası Bank Asya'nın hedef kitlesi ile birebir örtüşen 1. Lig diğer spor organizasyonlarından farklı olarak, her coğrafi bölgeye yayılmış 15 ilimizin, 18 farklı takımla temsil edildiği bir etkinlik alanıdır. Ayrıca 1. Lig'in, Bank Asya markası ile örtüşen bir başka özelliği de son 30 yılda 29 farklı şampiyon çıkaran rekabetçi yapısıdır.

Bank Asya'nın isim sponsorluğu kapsamında, Ninova Spor İletişim şirketi ile birlikte kurgulanan 360 derece iletişim stratejisi, Türk futbolu ve Bank Asya adına çok önemli kazanımlar üretmiştir.

Markanın bilinirliğinin arttırılmasının çok ötesinde, kurumsal sosyal sorumluluk alanında da birçok başarılı uygulama çok kısa zaman diliminde hayata geçirilmiş ve Türk futbolu adına birçok "ilk"e imza atılmıştır.





| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : PWA Windsurf World Cup PWA Dünya Windsurf Kupası |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Pegasus Havayolları |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Sportworks Spor İşleri Turizm A.Ş. |
| ZAMAN | : 11 - 16 Ağustos 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Özlem Ersoylu Mutluer, Gülden Aktugan |

PROJENİN ÖZETİ:

Dünya Windsurf Kupası, 11 Ağustos 2008'de 35 ülkeden, 93 windsurfcünün katılımıyla, Alaçatı Myga Surf City'De gerçekleştirildi. PWA 2008 takviminde yer alan 7 aylık World Cup'ın 6. Ayağında Pegasus Havayolları'nın simgesi Uçan At logosu efsanevi windsurfçülerin yelkenlerini süsledi. Windsurf sponsorunun en süratli ve en keyifli disiplini Slalom'da; Amerika, Avustralya, Yeni Zelanda, İngiltere, Danimarka, İsviçre, İsrail, Yunanistan, Fransa, İtalya, Kanada gibi 35 ülkeden dünyanın en hızlı ve en iyi 93 sporcusu, 45.000'5f'luk ödül için madalya mücadelesi verdi. Türkiye'yi de 23 erkek 6 kadın sporcu temsil etti, yarışları 10.000'i aşkın kişi izledi.

Spora verilen uzun soluklu desteğin markayla ilişkilendirilmesi adına yapılan sponsorluk çalışması ile PWA Dünya Windsurf Kupası çerçevesinde, Pegasus uçaklarının üzerinde organizasyon logosu kullanılırken, iletişim çalışmalarında Pegasus Magazin, web sitesi, basın bültenleri, radyo, dergi, TV ve internet kullanıldı.

Amaç; Dünya Windsurf Birliği'nin (PWA) düzenlediği dünya sörf kupası sponsorluğu ile marka bilinirliğini arttırmak ve Pegasus'un marka değerleri olan global, dinamik ve genç imajının pekiştirilmesiydi.

Proje çerçevesinde; Alaçatı ve aktivite alanı Pegasus markasıyla donandı, alana stand kuruldu, yarışma materyallerinde Pegasus logosu yer aldı. Promosyon malzemeleri uçak içinde satışa sunuldu ve basın mensupları ve fikir liderlerine bilgi ve davet mektubu gönderildi. Alaçatı ve çevresinde billboard, raket, yönlendirme ve bayraklar outdoor tanıtımlar için kullanıldı. Projenin ölçülebilir sonuçlarına bakıldığında; Pegasus'un Google üzerinden aranma oranı %35, Google üzerinden bilet satışı için erişim %10 arttı. Pegasus'un internet sitesinin tıklanma oranı %15 arttı. Toplamda; 166 basın yansıması ile 87.667.116 kişiye ulaşıldı, 89 TV yansıması 2:52:15 yayımlandı. 60 adet internet yansıması elde edildi. Ayrıca Avrupa ve diğer ülke kanallarında yansımalar yer aldı, İzmir hatlarına ve Çeşme'ye hem yurtiçi hem de yurtdışından ilgi arttı.



| | |
|-------------------------|--------------------------------------|
| PROJENİN ADI | : Ülker Milli Takım Euro 2008 |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Yıldız Holding / Ülker |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : 20 Mayıs - 29 Haziran 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Zuhal Şeker |

PROJENİN ÖZETİ:

Uzun yıllardır spora destek veren bir kurum olan Yıldız Holding, son olarak Milli Futbol Takımlarına sponsor olarak desteğini genişletmiştir. Türk Milli Takımının tarihi bir başarıya imza attığı Euro 2008'in yarattığı fırsat çerçevesinde, dünyada ve Türkiye'de en popüler spor branşı olan ve dev bir endüstri haline gelen futbolun, sportif ve ekonomik boyutları göz önünde bulundurularak, her iki alanda da iletişim yapılmıştır.

Turnuva öncesinde reklam, saha ve satış aktivitelerinin duyurumu için spor ve ekonomi basınına ayrı basın toplantıları düzenlenerek bir anlamda çift lansman düzenlenmiş, kampanya mecralarının seçiminde ise sadece spor mecraları değil, ekonomi sayfaları da kullanılmıştır. Yapılan mecra sponsorlukları ile ilgili yayınların futbolun ve özellikle de Euro 2008'in ekonomik boyutunu da vurgulamalarına destek olunmuş ve bu anlamda diğer sponsorlar arasında farklılaşma sağlanmıştır.





TÜRKİYE JOKEY KULÜBÜ

| | |
|-------------------------|------------------------|
| PROJENİN ADI | : İstanbul 360 |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Türkiye Jokey Kulübü |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : - |
| ZAMAN | : Haziran 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Kübra Çağlayan |

PROJENİN ÖZETİ:

İstanbul'un 2010 Avrupa Kültür Başkenti projesine katkıda bulunmak amacıyla, Türkiye Jokey Kulübü, Panoramik ve 360 Derece fotoğrafçılığın dünyadaki sayılı isimlerinden olan, Dudu Tresca'yı Brezilyadan getirtmiştir. 2008 Haziranında İstanbul'a gelen ve 8 gün boyunca, İstanbul'u fotoğraflayan Tresca'nın, 2008 yılında çekmiş olduğu fotoğrafların yer aldığı iki adet sergi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, gene fotoğrafların yer aldığı İstanbul 360 kiti ve 2009 takvimi yaptırılmış, yurt içi ve yurt dışında çok sayıda önemli isime gönderilmiştir.

AKBANK medyaevi'

| | |
|-------------------------|--|
| PROJENİN ADI | : “İstanbul’da bir sürrealist: Salvador Dalí” |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Akbank ve Medyaevi İletişim |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Medyaevi İletişim |
| ZAMAN | : Kasım 2007 - 1 Şubat 2009 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Meral Tabakoğlu, Selma Uz Kaplangı |

PROJENİN ÖZETİ:

Evrensel ve yerel kültür mirasını korumanın, yeni kuşaklarla paylaşmanın, sanatın ve sanatçının yanında olmanın en büyük sosyal sorumluluk olduğu bilinciyle hareket eden Akbank, 60. kuruluş yılında dünya çapında bir sergiye imza attı. 20 Eylül 2008-01 Şubat 2009 tarihleri arasında SÜ Sakıp Sabancı Müzesi’nde sürrealizmin öncü ismi Dalí’yi, sanatseverlerle buluşturdu. “İstanbul’da bir sürrealist: Salvador Dalí” isimli sergi, 385 eserle bugüne dek İspanya dışında düzenlenmiş en geniş çaplı sergi unvanına sahip. Hazırlıkları yaklaşık 1 yıl önceden başlayan sergi kapsamında, 360 derece iletişim gerçekleştirilmiştir.

- Ocak 2008’de 60. yıl basın toplantısında ilk duyuru yapılmıştır.
- Mart ayında ilk basın toplantısı düzenlenmiştir.
- Mayıs ve Temmuzda ekonomi ve kültür-sanat basınıyla Figueres’e gezi düzenlenmiştir.
- Eylülde 2. basın toplantısı gerçekleşmiş ve yabancı basın İstanbul’da ağırlanmıştır.
- Eylülde, Cumhurbaşkanı’nın da katılımıyla açılış daveti gerçekleştirilmiştir.
- Dali Team 2 ay boyunca İstanbul’un çeşitli cadde ve üniversitelerde bilet hediye etmiştir.
- İstanbul’da 18 noktada halkı şaşırtmak üzere ünlü “Mae West” koltukları sergilenmiştir.
- “Çarmıha Gerilmeyi Seyreden Gala” röprodüksiyonu “gerçeğini görmek istiyorsanız” mesajıyla seçili mağazalarda sergilenmiştir.
- web sitesi hazırlanmıştır.
- Akbank çalışanlarına ücretsiz giriş hakkı sunulmuştur.
- Akbank, Yeni Kuşak Tiyatro tarafından, “Salvador Dali Göndermeleri İçimi Isıtıyor” oyunu sahnelenmiştir.
- Akbank Kısa Film Festivali kapsamında, Dalí’nin en ünlü ve önemli filmleri izleyicilere ulaştırılmıştır.
- TV, radyo, gazete, outdoor gibi sayısız mecrada sergi duyurusu yapılmıştır.



KATEGORİ DIŞI PROJELER





mey

ZARAKOL
İLETİŞİM HİZMETLERİ

| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Devlet Başkanlarına Krizden Kurtulma Paketi |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Mey İçki San. Ve Tic. A.Ş. |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : Zarakol Halkla İlişkiler A.Ş. |
| ZAMAN | : Kasım - Aralık 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Çiçekten Becel |

PROJENİN ÖZETİ:

Biz Türkler için rakı sofraları, sevinçlerimizi, mutluluklarımız, üzüntülerimizi dostlarımızla paylaştığımız en samimi ortamlardır. 65 yıldır rakı sofralarımızın vazgeçilmez markası "Yeni Rakı"dır. 70cl'lik Yeni Rakı şişesi ise 65 yıldır halk arasındaki tabiriyle, danıştığımız "Büyüğümüz"dür. Genellikle rakı sofralarında, "Ne olacak bu memleketin halî?" ile başlayan sohbetlerde, tüm memleket meseleleri bu metaforik "büyüğümüze" danışılarak çözülür. Mey İçki A.Ş., milli içkimiz rakının, uluslar arası arenada tanıtımına katkıda bulunmak amacıyla, mevcut global ekonomik krizi konu alarak, Dünya'nın önde gelen başkan ve başbakanlarına bir mektup ile birlikte Yeni Rakı şişesi, Yeni Rakı bardağı ve Ehl-i Keyf gönderimi yapmıştır. Bu gönderim, medyada geniş yansımaya bulmuş ve başkan ve başbakanlardan gelen teşekkür mektupları da gönderimin amacına ulaştığının göstergesi olmuştur.

KATEGORİ: KATEGORİ DIŞI PROJELER



| | |
|-------------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Kadın Güzüyle Hayattan Kareler |
| BAŞVURAN KURULUŞ | : Anadolu Hayat Emeklilik MPR Halkla İlişkiler |
| HALKLA İLİŞKİLER AJANSI | : MPR Halkla İlişkiler |
| ZAMAN | : Şubat - Haziran 2008 |
| İLGİLİ KİŞİ | : Betül Çağır, Tülay Ayalp Kılıçdağ |

PROJENİN ÖZETİ:

Pozitif ayrımcılık ilkesiyle Türk kadının sosyal, kültürel ve toplumsal gelişime katkıda bulunacak projeleri hayata geçiren Anadolu Hayat Emeklilik, amatör ve profesyonel tüm kadın sanatçılara açık bir yarışma ile her yıl Türk kadının kendini özgürce ifade edebileceği bir platform yaratmaktadır.

İlki 2007 yılında yapılan Kadın Güzüyle Hayattan Kareler Fotoğraf Yarışması'nın ikincisi, "Anne ve Çocuk" temasıyla, 1 Şubat - 25 Nisan 2008 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Yarışmaya, Türkiye'nin dört bir yanından 284 kadın sanatçı, 1096 eser ile katılmıştır. Jüri üyeliğini Haliç Üniversitesi Öğretim görevlisi Prof. Dr. Güler Ertan, fotoğraf sanatçıları İbrahim Zaman, İsa Çelik ve İzzet Keribar ile Anadolu Hayat Emeklilik İletişim Müşaviri Betül Çağır'ın yaptığı yarışmada dereceye giren ilk 3 eser dışında, 39 eser sergilenmeye değer bulundu. İlk 3 ile birlikte toplam 42 eser, 11 - 29 Haziran 2008 tarihleri arasında Tepe Nautilus'ta sergilenmiştir.



GENÇ İLETİŞİMCİLER





| | |
|---------------------|---|
| PROJENİN ADI | : İnternet İletişiminin Halkla İlişkiler Çalışmalarına ve İş Sonuçlarına Etkisi |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Bahçeşehir Üniversitesi - İletişim Fakültesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : İdil Karademirlidağ Suher |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Ü. Yasemin Uraylı - Utkan Sertkaya |

PROJENİN ÖZETİ:

İnternet iletişiminin halkla ilişkiler çalışmalarına ve iş sonuçlarına etkisi: Bu proje, korkutma, özendirme ve bilgilendirme yöntemleriyle, PR ajanslarının ve CEO'ların, halkla ilişkiler çalışmalarında internete verdikleri önemi arttırmak amacıyla yapılmıştır. Buna ek olarak, on-line iletişim konusunda stratejilerin arttırılmasını özendirmek adına yapılan bu proje, görsellerle desteklenmiştir.



| | |
|---------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Siyasal E - PR |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Volkan Etkin |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Duygu Çepni, Elif Tavukçu, Burcu Atasoy, Duygu Dumanlı |

PROJENİN ÖZETİ:

Halkla ilişkilere asıl rengini veren, onun özünü yakalamamızı sağlayan disiplinler; siyaset bilimi, sosyoloji ve sosyal psikolojidir. Halkla ilişkilerle, demokratik toplumlarda, politika ve iletişimin dayandığı temel ilkelerin ve rol ilişkilerinin çerçevesi çizilerek, çeşitli kampanya stratejileri hakkında ipuçları verilmektedir. Halkla ilişkiler, siyaset ve internet üçgeninde yer alan, "Siyasal E - PR" adlı projemiz, siyasal ve iletişim ile ilgilenen her kesime olduğu kadar, siyaseti meslek olarak kabul ederek, seçimlere aday olan gelecekteki politik kadroların, kampanya ihtiyaçlarına da hitap etmektedir.

İletişim ve bilgisayar teknolojilerinin bir ürünü olan internet, büyük bir hızla yayılarak hem kamusal, hem de özel alanlarda olmak üzere, toplumsal yaşamın vazgeçilmezleri arasına girmiştir. Bu çalışmada, internetin bir kitle iletişim aracı olarak, değerlendirilmesi yapılmakta, internet temelde kullanıcılara hızlı, güvenilir iletişim ve insan deneyiminin ürünleri olan nesnelere paylaşma olanağı verdiğiinden, tüm disiplin ve meslek grupları interneti kullanmaktadır.





| | |
|---------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Kampus@ege |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Ege Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Gül Coşkun |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Meltem Çavuşoğlu, İsa Yadiğar, Mehmet Aktay, Fulya Gümülcine |

PROJENİN ÖZETİ:

Gelişen dünya ve iletişim teknolojileriyle, hemen hemen her sektörde bir gelişim, bir değişimden söz edebiliriz. Kamu kuruluşları, özel sektör, hizmet sektörü, sivil toplum kuruluşları, siyasi partiler vb. bunlar arasında yer almaktadır.

Ege Üniversitesi, köklü tarihiyle birçok üniversiteye örnek olmaktadır. Ege Üniversitesinin dünya bilimine ve kaliteli eğitim anlayışına sağladığı birçok yarar vardır. Bu yararları daha etkin ve daha başarılı bir şekilde kullanabilmesi için iletişim teknolojilerini kullanması ve yaygınlaştırması gerekir. Web ortamında gerçekleştirilen halkla ilişkiler uygulamaları, kurum için önemli bir noktadır.

Web ortamında gerçekleştirilen halkla ilişkiler uygulamaları, kurum hakkındaki bilgileri iç ve dış hedef kitlelere daha çabuk ulaştırabilme, kurumun bilinirliğini arttırma, yapılan çalışmaların kamuoyuna daha kısa sürede ulaşmasını sağlama gibi, amaçlar taşımaktadır. Bu proje ile halkla ilişkilerin temel fonksiyonları olan tanıma ve tanıtma alanlarından yola çıkarak, Ege Üniversitesi'nin hedef kitlelerinin isteklerine, akıllarında hiçbir soru işareti bırakmadan cevap vermek hedeflenmektedir.

Kampus@ege olarak hazırladığımız projede, yapılan araştırmalar çerçevesinde, Ege Üniversitesi'nin web ortamındaki halkla ilişkiler uygulamalarının nasıl olabileceğine ilişkin gerçekçi öneriler ortaya koymayı amaçlamıştır. Projemiz araştırma, planlama, uygulama, ölçümleme ve değerlendirme basamaklarından oluşmaktadır.



| | |
|---------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Online PR |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Bahçeşehir Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Çisil Sohodol Bir |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Haslet Uzunoğlu, Sermin Gültekin, Yiğit Gürcihan, Çağrı Çabuk, Esra Soyıç |

PROJENİN ÖZETİ:

TÜHİD adına hazırlanan projede, şirketler için hayati önem taşıyan online PR'ın, daha aktif olarak kullanılmasını sağlamak amaçlanmıştır. Bu nedenle, online PR'ın eksikliği ya da doğru yapılmamasının, şirketin geleceğini nasıl tehdit edebileceği vurgulanmıştır. Bu amaçla, internet hakkında genel bir bilgi verilerek, internet kullanımının nedenleri ve kurumlara olan faydası üzerinde durulmuştur. Çalışma kapsamında durum analizi, problem tanımı, online PR'ın nasıl ölçümlendiği, hedef kitle, paydaşlar, strateji, ve taktikler, etkinlikler gibi başlıklar ele alınarak, online PR'ın önemi anlatılmıştır.





| | |
|---------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Eskişehir Uluslararası Film Festivali'nin Halkla İlişkiler Çalışmalarında İnternetin Kullanımı |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Anadolu Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Mesude Canan Öztürk |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Betül Elif Yüce, Saadet Dursun, Duygu Kavran, Derya Yeşilgün |

PROJENİN ÖZETİ:

Proje, Anadolu Üniversitesi tarafından her yıl düzenlenen Uluslararası Eskişehir Film Festivali'nin, Halkla İlişkiler Çalışmalarında, internetin kullanımının nasıl aktif hale getirilebileceğini işlemektedir. Bu bağlamda festivalin, Türkiye çapındaki yeri, içeriği ve internet üzerinden yapılması gerekenler analiz edilerek, festivalin internet üzerinden duyurumu ve hedef kitlede ilgi yaratmasında internetin yaratıcı bir şekilde nasıl kullanılabileceği hakkında çalışılmıştır.



| | |
|---------------------|---|
| PROJENİN ADI | : TÜHİD Şeffaf Kurumlar Kampanyası |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Anadolu Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Mesude Canan Öztürk |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Berna Hazar, Berce Erkut, Mıhrıcan Yurdakul, Zülal Canlı |

PROJENİN ÖZETİ:

Projemiz, Türkiye'de işverenler ile stajyerler arasındaki problemleri içerir. Stajyerlerin, staj süresince yaşadıkları beslenme, maaş, çalışma saati ve iş gücü sömürsünün giderilmesi amacıyla yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, işveren kurumların şeffaf bir yapı kazanması istenmektedir.





| | |
|---------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Sende Dahil Ol |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Anadolu Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Mesude Canan Öztürk |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Mertcan Uzun, Murad Cumhur, Ufuk Elmas, Şeyma Şahin |

PROJENİN ÖZETİ:

Kobilerin, kendi içlerinde ve tüketiciyle halkla ilişkiler açısından yeterli olmadığını görerek, bu sorunu çözmek için bir web sitesi hazırlanarak, tüketiciler ve kurum çalışanları ile iyi bir iletişim ağı kurulmasını sağlamak amaçlanmıştır.



| | |
|---------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Devir Online - PR Devri |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Bahçeşehir Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : İdil Karademirlidağ Suher |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Volkan Şimşirkaya, Günseli Deniz Özcan |

PROJENİN ÖZETİ:

PR sektöründe, baş döndürücü bir hızla küresel bir ortam değişikliği yaşanmaktadır. İnternetin, interaktif ortamı ile beraber "Online-PR" geleneksel halkla ilişkiler çalışmalarına, hem yeni bir soluk getirmiş hem de yeni ve daha kapsayıcı bir vizyon kazandırmıştır.

TÜHİD adına hazırlanan bu projede, kurumlar için hayati önem taşıyan ve kurumların iş hedeflerine ulaşmasına destek veren, "Online-PR" faaliyetlerinin, daha aktif olarak kullanılmasını sağlamak amacıyla bu çalışma yapılmıştır.

Projede, konuya yönelik araştırma, problem, hedef ve amaçlar, strateji ve taktikler, hedef kitle ve paydaşlar ile etkinlikler gibi başlıklar ele alınarak, Online-PR'in önemi aktarılmaya çalışılmıştır.





| | |
|---------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Bir Tıkla İletişim |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Ege Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Mikail Bat |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Buket Kayalier, Ebru Dimen, Merve Şengöz |

PROJENİN ÖZETİ:

İletişim ve bilgi teknolojisi ağı olarak kullanılan internet, günümüz dünyası için vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Kurumların birbirleriyle veya kendi şubeleri arasında gerçekleştirdiği veri aktarımı, veri paylaşımı, yedekleme, intranet gibi pek çok uygulama, internet üzerinden gerçekleştirilen kurumsal uygulamalardır.

Halkla ilişkiler alanında kullanılan internet, kurumlara kolaylık, rahatlık, bilinirlik sağlamaktadır. Grup e-tik olarak, projemizdeki özel amacımız, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin internet sitesini kullanışlı, verimli, etkin hale getirmek ve diğer iletişim fakültelerinin web sitelerine göre güçlü yönlerini öne çıkarıp, fırsatlarımızı değerlendirerek, algılanan imajı pozitif yönde güçlendirmektir. Genel amacımız ise halkla ilişkilerin internet üzerindeki etkinliğini arttırmaktır.

Bu doğrultuda, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi web sitesinin eğlendirici ve bilgilendirici yönü e-iletişim temelinde ele alınarak değerlendirilecektir. Hem de sadece "bir tıkla..."



| | |
|---------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Ne Kadarını Biliyoruz? |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Marmara Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Fadile Paksoy Baygöl |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Özgür Yılmaz, Emine Pile, Tuğçe Versan |

PROJENİN ÖZETİ:

Küresel teknolojik değişimle birlikte, Halkla İlişkiler sektörü de geleneksel kitle iletişim araçlarının yanında İnterneti daha efektif kullanmaya başlamıştır. Web PR ve sosyal medya ortamlarını daha çok kullanılmasıyla, kurumlar, bu sayede mesajlarını hedef kitlelerine çok daha kısa sürede, etkili ve daha düşük maliyetle ulaştırma imkanına kavuşmuştur.

Biz de projemizi hazırlarken; İnternetin, kuruma ve hedef kitlelerine fayda sağlayabileceği bir alan belirlemek istedik. Araştırmamızda, ülkemizde internet kullanımının en fazla gençler arasında olduğunu gördük. İnternet kullanımında birinci sırayı % 38,1 ile 16-24 yaş arası, ikinci sırayı % 35,8 ile 25-34 yaş arasındaki gençler almaktaydı.

Bir diğer tespitimiz de, arama motorlarında en fazla kullanılan/aranan ikinci kelimenin, cinsellikle ilgili olduğuydu. Gençlerin cinsel sağlıkla ilgili bilgi düzeyleri üzerine yapılan çalışmaları incelediğimizde de bu alanda, önemli bir bilgi boşluğu olduğunu gördük. Ve projemizi, daha önce de benzer çalışmalar yapmış olan sektör lideri Okey markası için yapılandırmaya karar verdik.

Amacımız, internet kullanıcısı gençleri, cinsel sağlık konusunda bilgilendirecek bir iletişim platformu oluşturmak. Projemizde kullanacağımız araçlar: Proje web sitesi, uzman doktorların popüler makalelerinin yer aldığı ve kullanıcıların yorum yapabileceği bir blog, e-bülten ve mailing, facebook gibi sosyal ağlar, haber sitelerine ve portallarına e-bülten gönderimi ve diğer sosyal medya ortamları olacak.





| | |
|---------------------|---|
| PROJENİN ADI | : Masumiyetin Av Zamanı |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Rafet Aykut Akay |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Fatma Doğan, Nilüfer Gevenoğlu, Özge Dereli |

PROJENİN ÖZETİ:

15 Kasım ila 15 Mayıs tarihleri arasında, bizler baharın canlı ve huzur dolu havasını doyasıya yaşarken, kutupların beyaz örtüsü vahşice kana bulanıyor. İnsanlığa yakışmayan yöntemlerle avlanan minik fok yavruları, isteklilerinin zevkleri ölçüsünde çanta, kürk, kozmetik ürünleri haline geliyor. Kanada, Norveç, Rusya, Grönland ve Nabimya gibi ülkeler, av döneminde vahşete karşı tüm itiraz ve ikazlara kulak tıkıyor. Üstelik, teknolojinin tüm imkanlarını kullanan avcılar, gün geçtikçe daha acımasız yöntemlere başvuruyor. Bizler 21. yüzyıl insanları olarak, global bir dünyada yaşıyoruz. Kutuplardaki vahşet bizim de davamızdır. İnternette elden ele dolaşan bu zorbaca ve kana bulanmış fotoğraf ve videolar her bilgisayar kullanıcısının şahit olduğu bir tablodur. O halde, bu insanlık ayıbını, yine internet yoluyla organize ederek, bu vahşi katliamı önleyeceğiz.

Modern zamanların iletişim araçlarında halkla ilişkilerin ağır bastığı açıkça ortadadır. İkna, etkinlik, organize bir topluluk bilinci yaratma gücüyle hareket eden halkla ilişkiler sanatını "Masumiyetin Av Zamanı" kampanyamızda baş aktör olarak kullanmayı hedefliyoruz.



| | |
|---------------------|--|
| PROJENİN ADI | : CHP'nin gençlik kolunun üniversite öğrencilerinin paylaşım sitesi |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Maltepe Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Filiz Otay Demir |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Nurcan Özkan, Zeynep İşleyen, Gamze Çöplü |

PROJENİN ÖZETİ:

Bir partinin gençlik kolunun oluşturduğu paylaşım sitesidir. Gençleri apolitik olmamaya çağırır. Bu çalışmayla Türkiye'deki tüm üniversite öğrencilerini bu sitede toplamaktır.





| | |
|---------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Halkla İlişkilerin Yeni Rotası: İnternet Girdabı |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Selçuk Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Nejat Özüpek |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Yasemin Akgöz, Gazal Özlem Koyuncu, Hülya Bilgili, Gülden Özdemir |

PROJENİN ÖZETİ:

Ve artık rotayı hızla kendine çeken, pusula olmaya aday bir "girdap" var!!
Önemli olan rotayı girdaba etkili bir şekilde çevirmek... Çünkü; bu girdap bilinenin ötesinde etkili, farklı ve kapılması kaçınılmaz bir yer. İşte bu girdabın adı : İnternet. Altın Pusula artık interneti gösteriyor...



| | |
|---------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Türkiye ve Turizm |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Selçuk Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Nejat Özüpek |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Cennet Öz, Evin Elçi, Nurcan Günay, Harun Türkmenoğlu, Serhat Süzük |

PROJENİN ÖZETİ:

Türkiye' deki var olan turizmi değerlendirme ve bu kapsamda turizmi arttırmaya yönelik çalışma.





| | |
|---------------------|---|
| PROJENİN ADI | : P@R |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Selçuk Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Hasret Aktaş |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Zehra Tosunoğlu, Damla Geçili, Derviş Oduncu, Mehmet Carlık, Melike Berfu Yazıcı |

PROJENİN ÖZETİ:

İnternet 3. bin yılın iletişim aracıdır. Televizyon, radyo, gazete, dergi gibi iletişim araçlarını kapsamakla kalmaz, aynı zamanda sınırsız bir iletişim alanı sunarken; interaktif özelliği ile ön plana çıkmaktadır. Sadece kişiler değil kurum, kuruluş, organizasyon, hatta çok küçük yapılanmalar bile internetin olanaklarından rahatlıkla faydalanmaktadırlar. İnternette iletişimin interaktif yönü ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle, sorunlarına çözüm arayan yapılanmalar, interneti aktif bir biçimde kullanmaktadırlar. Akla gelebilecek tüm halkla ilişkiler faaliyetlerini uygulama açısından internet, alternatif bir kanal halindedir. Bu bağlamda kişilerin, bir kurumun veya bir organizasyonun halkla ilişkiler çalışmalarında interneti, diğer mecraları kapsayacak şekilde aktif olarak kullanımını hedefliyoruz. Ayrıca, internetin kullanım alanını daha yükseğe çıkartarak, kişisel tatmini üst düzeyde tutmak; işlerin etkileşimini ve aktif yürütülmesini sağlamayı amaç ediniyoruz. Bu amacı gerçekleştirirken, yaratıcı çözümlerle internetin hayatımızı kolaylaştırma aşamasında, işlevsel yönlerini çoğaltmalı, kişilerin bu yeni sistemde yer almalarını sağlamalıyız.



| | |
|---------------------|--|
| PROJENİN ADI | : Bir Tıkla Modaya! |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Marmara Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Rafet Aykut Akay |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Aysel Çetinkaya, Ebru Gözcü, Emre Bilgiç, Gökhan Koyuncu, Musa Acar |

PROJENİN ÖZETİ:

Geniş kitlelere ulaşma isteği, halkla ilişkilere, mevcut araçlarını etkin kullanma ve yeni yöntemlere duyulan gereksinimi artırmaktadır. İnternet bizlere diğer hiçbir kitle iletişim aracının veremeyeceği özgürlüğü sunmakta, bu da iletişim çabalarımıza artı değer katmaktadır. Projemizde, halka ilişkilere sürat ve yaratıcılık kazandırmanın yolları aranırken, aynı zamanda halkla ilişkilerin temel görevlerini interaktif iletişim içerisinde hayata geçirmek hedeflenmektedir. Ayrıca çalışmalarımızda internetin olumsuz yönlerini ve potansiyel kriz sebeplerini nasıl avantaja çevirebiliriz sorusuna cevap aranmaktadır. Günümüzde interneti en etkin şekilde kullanan gençler hedef kitemiz olacaktır. Projemizi daha iyi ifade edebilmek amacıyla kendimizi, gençlere yönelik hizmet veren bir giyim firması olarak konumlandıracağız ve gençlerle birlikte moda da dair yeni trendler yaratacağız.





PROJENİN ADI : **Canlı Müzik - Canlı Sohbet - Canlı PR**

BAŞVURAN ÜNİVERSİTE : T.C. Maltepe Üniversitesi

SORUMLU DANIŞMAN : Meriç Koloğlu

ZAMAN : 2008 - 2009

PROJE EKİBİ : Selin Uncumusaoğlu

PROJENİN ÖZETİ:

İnternet ortamında, gençlerin orijinal mekânlarda gerçekleştirilen müzik performanslarını canlı olarak izleyip, dinleyebilecekleri bir site tasarlanacaktır.

Ayrıca sitede, canlı performansları bilet olarak izleyecek üyelerin, kendi aralarında iletişim kurdukları bir sanal platform oluşturulacaktır.

Sponsor kuruluşlar, sitede basın bültenleriyle yer alabilecek, gençlerin sanal sohbetlerine konu olabilecek ve böylece canlı bir müzik platformunda gençlerle buluşmuş olacaktır.



| | |
|---------------------|--------------------------|
| PROJENİN ADI | : E - STAJ |
| BAŞVURAN ÜNİVERSİTE | : Maltepe Üniversitesi |
| SORUMLU DANIŞMAN | : Meriç Koloğlu |
| ZAMAN | : 2008 - 2009 |
| PROJE EKİBİ | : Sara Halyo, Esen Tatar |

PROJENİN ÖZETİ:

Gençlerin internet ortamında, "e- staj" yapabilecekleri bir site tasarlanacaktır. Sektörün önemli temsilcilerinin üye olduğu sitede, üniversite öğrencileri, ileride çalışmayı düşündükleri sektör temsilcilerine bu taleplerini iletip, bir ön elemeden geçtikten sonra staja başlayacaktır.

Ödevler ve projelerin yapıldığı "e-staj" süreci sonunda öğrenciler kendilerine yakın gördükleri bir sektörü tanımış olurken, kurumlarda kendilerine uygun kişiyi eğiterek kazanmış olacaklar.

Sitede "e-staj" yapan öğrenciler, oluşturulacak bir forum ortamında hem stajlarıyla ilgili düşüncelerini paylaşabilecekler hem de kurumdan yeni haberler (sanal bülten) aktarabileceklerdir.



DESTEKLEYEN KURULUŞLAR





166

İGDAS

“Gökyüzüyle Arkadaş”



İstanbul Kaligrafi Merkezi



traffickurye





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
e-mail: bilgi@tuhid.org / bilgi@altinpusula.org
web: www.tuhid.org / www.altinpusula.org