

# TÜHID

2024

## 1972'den bugüne Türkiye Halkla İlişkiler Derneği

### KURULUŞ

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği, Türkiye'deki halkla ilişkiler uzmanlarını bir çatı altında toplayarak, meslek içi dayanışma sağlamak, mesleğin tanınması, yerleşmesi ve gelişmesi yolunda çalışmalar yapmak amacıyla 1972 yılında kurulmuştur.

10.08.2004 tarihli Bakanlar Kurulu Kararı ile **"Türkiye"** unvanını kullanmaya yetkili kılınmıştır. 2024 yılında 52. yılına ulaşan iletişim sektörünün en eski örgütüdür.

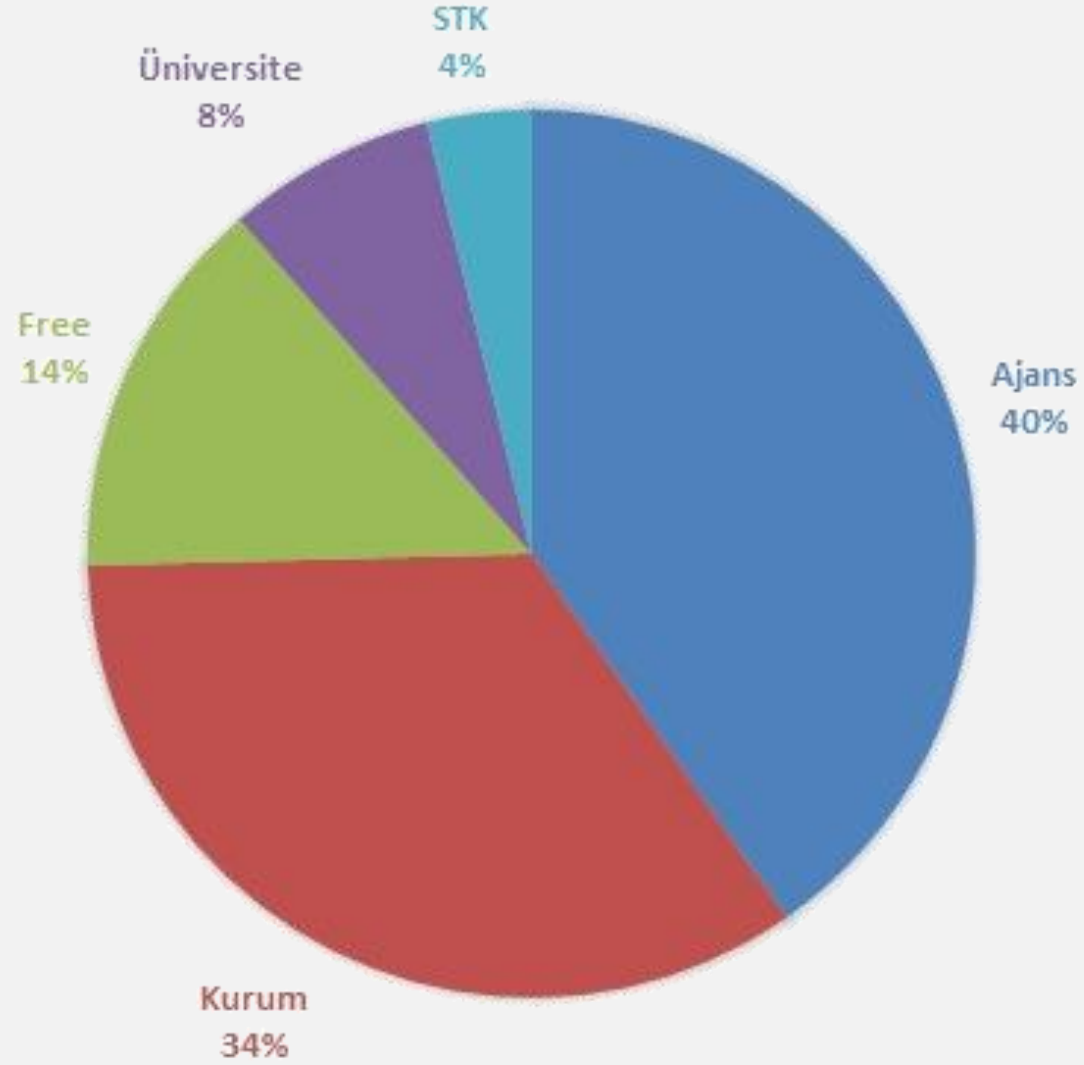
Kurucuları, Alâeddin Asna, Ahmet Ramazanoğlu, Affan Başak, Ayşegül Dora, Babür Ardahan, Canan Usman, Cüneyt Koryürek, Ender Gürol, Mehmet Akter, Mehmet Turaç, Necdet Günkut, Rıdvan Mentеш ve Sağlam Dalaman'dır.

Derneğin ilk başkanı Alâeddin Asna'dır. Daha sonra bu görev Betül Mardin, Engin Vardar, Ergüder Tırnova, tekrar Alâeddin Asna, Meral Saçkan, Fügen Toksü, Gonca Karakaş ve İpek Özgüden Özen tarafından yürütülmüştür.

## KURULUŞ

Başlangıç döneminde öncelikle halkla ilişkiler mesleğinin kamuoyunda tanınmasını sağlayan Dernek, daha sonraki dönemlerde dünyaya açılarak Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği - IPRA, Avrupa Halkla İlişkiler Federasyonu - CERP, Global Alliance ve diğer ulusal ve uluslararası mesleki kuruluşlarla bağlantı kurmuş ve halkla ilişkiler mesleğini profesyonel kimlik olarak kabul eden çok sayıda üye kazanmıştır. TÜHİD'in, 2024 yılı itibarıyla iş dünyası, STK, kamu ve akademik dünyadan 300'e yakın üyesi bulunmaktadır.

## TÜHİD ÜYE PROFİLİ





## TÜHİD YÖNETİM KURULU ÜYELERİ



## TÜHİD YÖNETİM KURULU 2024-2027

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <b>Yönetim Kurulu Başkanı:</b> | İpek Özgüden Özen / <i>On İletişim</i>                                       |
| <b>Başkan Yardımcısı:</b>      | Ayşenur Aydın / <i>Opet</i>  |
| <b>Genel Sekreter:</b>         | Sevda Solak / <i>Time PR Ajans Başkanı</i>                                   |
| <b>Sayman:</b>                 | Şeref Gözütok / <i>Mark&amp;Mark İletişim Danışmanlığı</i>                   |
| <b>Yönetim Kurulu Üyesi:</b>   | Başak Solmaz Karaüç / <i>TÜSİAD Kurumsal İletişim Direktörü</i>              |
| <b>Yönetim Kurulu Üyesi:</b>   | Gökhan Şengül / <i>İGA İstanbul Havalimanı Kurumsal İletişim Direktörü</i>   |
| <b>Yönetim Kurulu Üyesi:</b>   | Serap Şahin Durak / <i>Pozitif PR Kurucusu ve Ajans Başkanı</i>              |
| <b>Yönetim Kurulu Üyesi:</b>   | Arif Sancaktaroğlu / <i>Türk Telekom Kurumsal İletişim Direktörü</i>         |
| <b>Yönetim Kurulu Üyesi:</b>   | Gonca Karaüç / <i>Effect BCW CEO'su</i>                                      |
| <b>Yönetim Kurulu Üyesi:</b>   | Arzu Deniz Aksoy / <i>Vodafone Türkiye Kurumsal İletişim Kıdemli Müdürü</i>  |
| <b>Yönetim Kurulu Üyesi:</b>   | Serhat Özkütükçü / <i>Denove Halkla İlişkiler Ajans Başkanı</i>              |
| <b>Yönetim Kurulu Üyesi:</b>   | Handan Erdoğan / <i>Avrupa Kredi Büroları Birliği İletişim Komite Lideri</i> |
| <b>Yönetim Kurulu Üyesi:</b>   | Arzu Çekirge Paksoy / <i>ARPR İletişim Kurucu Ortağı</i>                     |
| <b>Yönetim Kurulu Üyesi:</b>   | Eda Zaloğlu / <i>BEE Company Communication Consulting Kurucusu</i>           |

## TÜHİD KURULLARI

### Denetleme Kurulu

Serap Gökçebay  
Murat Göllü  
Sibel Berkan  
Elmas Nida Baykal Alkan  
Karolin Eroğulları Ergin  
Gizem Dağ

### Disiplin Kurulu

Fügen Toksü  
Sibel Asna  
Seçil Şendağ  
Prof. Dr. Serra Görpe  
Esra Şengülen Ünsür  
Doret Habib

### Balotaj Kurulu

Meral Saçkan  
Dr. Arın Saydam  
İdil Dorsan  
Tümay Mercan  
Derya Aslan  
Yaprak Yapsan

ARPR İletişim Kurucu Ortağı  
BReady Kurucusu

omg! İletişim Ajans Başkanı  
O2 İletişim Ajans Başkanı  
Gdz Elektrik Kurumsal İletişim ve Müşteri Deneyimi Müdür

Lider İletişimi ve Paydaş İlişkileri Danışmanı  
A&B İletişim Yönetim Kurulu Başkanı  
360 İletişim Ajans Başkanı  
Sharjah Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi  
Artı İletişim Yönetimi Yönetici Ortağı  
Doret İletişim Danışmanlığı Ajans Başkanı

MPR İletişim Danışmanlığı Kurucusu  
Bersay İletişim Danışmanlığı Yönetim Kurulu Üyesi  
Visa Kurumsal İletişim Direktörü  
Kocaeli Üniversitesi Öğretim Görevlisi  
CitiPR Ajans Başkanı  
Idecon Idea&Congress Kurucu ve Direktörü

## VİZYON & MİSYON

### VİZYON

Türkiye’de Halkla İlişkiler sektörünün en güçlü sesi ve uluslararası platformda mesleki referans noktası olmak.

### MİSYON

- Halkla İlişkiler mesleğinde etik kodları ve profesyonel standartları geliştirmek, benimsetmek ve gözetmek,
- Üyeleri, iletişim alanındaki diğer meslek örgütleri ve paydaşları ile ulusal ve uluslararası meslek etiği ilkelerine, dayanışmaya, bilgi alışverişine ve etkileşime dayalı ve sürekli gelişime odaklı bir iletişim ortamı yaratmak,
- Halkla İlişkiler mesleğinin itibarını yükseltmek ve bir yönetim bilimi olarak benimsenmesini sağlamak.

## ÖNDERLİK

İleri seviyede mesleki bilgi sahibi olmak ve uzmanlık seviyesine ulaşabilmek için araştırma ve eğitim yoluyla yetkinliğimizi geliştirir, mesleğimizin gelişimine katkıda bulunur ve halkla ilişkiler mesleği ile ilgili ulusal ve uluslararası kaynaklardan elde edilen bilgileri iletişim camiası ve üyelerimiz ile paylaşarak sürekli bir bilgi akışı sağlarız.

Türkiye'de iş dünyasını, kamu sektörünü ve genel olarak kamuoyunu halkla ilişkiler sektörü ve halkla ilişkilerin önemi hakkında bilgilendirmek doğrultusunda üzerimize düşen tüm rolleri ve görevleri yerine getiririz.

Halkla ilişkiler mesleğinin gelişimi için proaktif bir tutumla çalışarak ve yeni inisiyatifler üstlenerek; üyelerimizin hem kendi aralarında hem de derneğimizle çift yönlü, sağlıklı ve sürekli bir iletişim içinde olmasını sağlarız.

DEĞERLER

**SAYGINLIK**

Mesleki performansta yüksek standartları, itibarlı bir profesyonelliği ve TÜHİD Meslek Ahlakı İlkeleri'ni benimser ve bunları iletişimde mükemmelliğin koşulları sayarız.

**GÜVENİLİRLİK**

Halkla ilişkiler sektöründe bireysel ve kurumsal olarak yaptığımız tüm çalışmaların ve faaliyetlerin sorumluluğunu üstlenmeyi ve bunların ilgili paydaşlara hesabını vermeyi; üyelerimize, mesleğimize ve sektöre karşı sorumluluğumuzun bir gereği olarak görürüz.

Mesleğimiz dolayısı ile kurduğumuz tüm ilişkilerde ve üyelerimizle ilişkilerimizde adalet, güven, saygı ve dayanışmayı esas alırız.

Dürüstlük ilkesine ve TÜHİD Meslek Ahlakı İlkeleri'ne sadakatle bağlılığımız ile hem kişisel itibarımızı hem de mesleğimizin itibarını korur ve gözetiriz.

Mesleğimizle ilgili çalışmalarda ve Dernek çalışmalarımızda açıklık ilkesini benimseriz.

DEĞERLER

**İŞ BİRLİĞİ VE UZLAŞMA**

Meslektaşlarımız, sektörel kuruluşlar ve üyelerimiz arasında; uzlaşmacı ve yapıcı bir iş birliğine dayalı bilgi alışverişi platformunun oluşturulması doğrultusunda çaba gösteririz.

Mesleki bilgi ve deneyimimizi, bireysel ve kurumsal ilişkilerimizde karşılıklı anlayış ve güven yaratmak üzere kullanırız.

## TÜHİD MESLEK ETİĞİ

TÜHİD; halkla ilişkiler meslek ahlakı ilkelerinin gözetilmesi konusunda

**IPRA,**

**Global Alliance for Public Relations and Communication Management** ve

**ICCO** başta olmak üzere ilgili tüm uluslararası meslek kuruluşları ve Türkiye'de halkla ilişkiler sektörünü temsil eden diğer meslek kuruluşları ile dayanışma ve bilgi alışverişi içinde olmaya inanır; bu kuruluşların meslek ahlakı ilkelerinin ruhunu benimser.



## MESLEK ETİĞİ

### TÜHİD MESLEK ETİĞİ

Meslek ilkelerimiz, iş dünyasının ve iletişim sektörünün ulusal ve uluslararası gelişimlerine göre güncellenmiştir. Online iletişim bünyesine katılarak sektörle ve iş dünyasıyla paylaşılmıştır.

### TÜHİD MESLEK İLKELERİ

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği üyeleri, halkla ilişkiler mesleğinin profesyonel değerlerini ve itibarını korumak doğrultusunda aşağıda yer alan meslek ahlak ilkelerini benimser, uygular, yaygın ve doğru olarak uygulanması konusunda aktif rol üstlenir.

TÜHİD; halkla ilişkiler meslek ahlakı ilkelerinin gözetilmesi konusunda CERP, IPRA, Global Alliance ve ICCO başta olmak üzere ilgili tüm uluslararası meslek kuruluşları ve Türkiye'de halkla ilişkiler sektörünü temsil eden diğer meslek kuruluşları ile dayanışma ve bilgi alışverişi içinde olmaya inanır; bu kuruluşların meslek ahlakı ilkelerinin ruhunu benimser.

## TÜHİD MESLEK İLKELERİ

1. Tüm bireylerin, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nden doğan haklardan yararlanmaları gerektiği inancından hareket eder ve mesleklerini İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin ruhu doğrultusunda icra ederler.
2. Halkla ilişkiler mesleğini, kamuoyu çıkarlarını zedelemeyecek biçimde icra ederler,
3. Çocuklarla ilgili ürünlerin tanıtılması için hazırlanan halkla ilişkiler mesajlarında onların güven duygularını zedeleyecek, ruhsal ve fiziksel zayıflıklarını etkileyecek içerik bulunmamasına özen gösterirler,
4. Mesleki faaliyetleri sırasında karşılıklı anlayış yaratmayı hedefleyerek kurdukları iletişimin, hem yasal hem de ahlaki açıdan toplumun kültürel değer ve inançlarını zedeleyici nitelikte olmamasını gözetirler,
5. Mesleklerini icra ederken, ilgili tüm tarafların görüşlerinin adil bir biçimde temsil edilmesine özen gösterirler,
6. Meslekleri gereği edinebilecekleri sır niteliğindeki bilgilerin gizliliği prensibine saygı gösterirler,
7. Meslekleri gereği kurdukları iletişimin açık, doğru, iki yönlü ve tarafların tam anlamıyla bilgilendirilmesine dayalı olmasına özen gösterirler.
8. Çalışmaları esnasında Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu maddelerine uyum içinde davranırlar,
9. Meslek ahlaki ilkelerine ters düşecek görevleri kabul etmezler,
10. Mesleğin itibarını ve saygınlığını korumak ve yükseltmek için çalışırlar,
11. Meslektaşlarının itibarını zedeleyecek yorumlarda ve davranışlarda bulunmazlar,
12. Medyanın haber alma ve kamuoyunu bilgilendirme özgürlüğü ile Basın Meslek İlkeleri'ne saygı gösterirler,
13. Bloglar, forumlar, video ve fotoğraf paylaşım siteleri, sosyal paylaşım ağları ve benzeri sosyal medya araç ve ortamlarının kamuoyunun bilgilendirilmesi ve kamuoyu görüşlerinin yansıtılması açısından zenginleştirici nitelikte olduğundan hareketle; bu ortamlardaki mesleki faaliyetlerinde kimliklerini ve/veya temsil ettikleri kişi ve kurumların kimliklerini şeffaflık ilkesi doğrultusunda açıklarlar,
14. Kişisel veya kurumsal düzeyde rekabet etmek gereken durumlarda, rekabeti haksız olarak etkileyecek kişisel/kurumsal bağlantılarını; ikincil olarak üstlenilmiş görevlerini vb. bu amaca hizmet edecek şekilde kullanmazlar.

# TÜHİD-SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YOLCULUĞU

2008



TÜHİD, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni 2008 yılında iş dünyasının örgütleri TOBB, TÜSİAD ve KalDer ile eş zamanda imzaladı.

2012



2019



2021



Pandeminin getirdiği dayanışma, birlik olma vizyonu ile UNESCO iletişim kürsüsü uluslararası ağı ORBICOM tarafından oluşturulan, iletişimcileri daha sağlıklı, yaşanabilir, daha iyi bir dünya için katılmaya davet eden uluslararası deklarasyonu imzaladı.



## United Nations Global Compact

### UN GLOBAL COMPACT

TÜHİD, Birleşmiş Milletler tarafından, küresel ekonomiyi sürdürülebilir bir şekilde geliştirmek ve küreselleşmeyi tüm insanların yararına olacak şekilde işletebilmek için önerilen 10 temel ilkeyi içeren Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni, 2008 yılında iş dünyasının örgütleri Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği - TOBB, Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği- TÜSİAD, Türkiye Kalite Derneği - KalDer ile eş zamanda imzalamıştır.

TÜHİD; halkla ilişkiler meslek ahlakı ilkelerinin gözetilmesi konusunda IPRA, Global Alliance for Public Relations and Communication Management, PRSA ve CIPR başta olmak üzere ilgili tüm uluslararası meslek kuruluşları, Türkiye'de halkla ilişkiler sektörünü temsil eden diğer meslek kuruluşları ve medya kuruluşları ile dayanışma ve bilgi alışverişi içinde olmaya inanır; bu kuruluşların meslek ahlakı ilkelerinin ruhunu benimser.

## UN GLOBAL COMPACT İLKELERİ



### İNSAN HAKLARI

**İlke 1:** İş dünyası, ilan edilmiş insan haklarını desteklemeli ve haklara saygı duymalı.

**İlke 2:** İş dünyası, insan hakları ihlallerinin suç ortağı olmamalı.

## UN GLOBAL COMPACT İLKELERİ



### ÇALIŞMA STANDARTLARI

**İlke 3:** İş dünyası, çalışanların sendikalaşma ve toplu müzakere özgürlüğünü desteklemeli.

**İlke 4:** Zorla ve zorunlu işçi çalıştırma uygulamasına son verilmeli.

**İlke 5:** Her türlü çocuk işçi çalıştırılmasına son verilmeli.

**İlke 6:** İşe alım ve işe yerleştirmede ayrımcılığa son verilmeli.

## UN GLOBAL COMPACT İLKELERİ



### ÇEVRE

**İlke 7:** İş dünyası, çevre sorunlarına karşı ihtiyati yaklaşımları desteklemeli.

**İlke 8:** Çevresel sorumluluğu arttıracak her türlü faaliyete ve oluşuma destek vermeli.

**İlke 9:** Çevre dostu teknolojilerin gelişmesini ve yaygınlaşmasını desteklemeli.

## UN GLOBAL COMPACT İLKELERİ



### YOLSUZLUKLA MÜCADELE

**İlke 10:** İş dünyası, rüşvet ve haraç dahil her türlü yolsuzlukla savaşmalı.



Dernek, CERP - Avrupa Halkla İlişkiler Federasyonu yönetiminde bulunmuştur ve CERP'in Global Alliance for Public Relations and Communication Management'a katılımıyla Global Alliance for Public Relations and Communication Management üyesi olmuştur.

Ayrıca, bir dönem **Global Alliance for Public Relations and Communication Management Yönetim Kurulu Üyesi ve Türkiye Bölge Temsilcisi olmuştur.**

2008 yılında UN Global Compact imzacıları arasına katılmıştır. Hali hazırda aktif olarak çalışmalar devam etmektedir.

Ayrıca, Kadının Güçlenmesi Çalışma Grubu'nda da yer almakta ve aktif olarak çalışmalara devam etmektedir. TÜHİD,

- **TOBB Türkiye Medya ve İletişim Meclisi**'nde temsil edilmektedir.
- **TÜRKONFED** - Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu ve
- **SEDEFED** - Sektörel Dernekler Federasyonu üyesidir ve yönetim kurulunda temsil edilmektedir.
- **KalDer** Üyesidir.
- **YEKON**-Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği kurucusudur.
- **İLEDAK**- İletişim Araştırmaları Derneği Akreditasyon Kurulu'nda görevlidir.



### **TOBB TÜRKİYE MEDYA VE İLETİŞİM MECLİSİ**

TÜHİD meslek odası olamamanın verdiği sıkıntıları aşmak üzere girişimlerde bulundu ve TOBB'da meclis olarak bulunmak üzere davet edildi. Medya ve İletişim Meclisinin kuruluşuna Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ile birlikte öncülük edildi. TÜHİD, 2007 yılında beri TOBB Medya ve İletişim Meclisi'nde Başkan Yardımcılığı ile birlikte 3 üye ile temsil edilmektedir. İlk günden itibaren Halkla ilişkiler mesleğinin temsili ve lobi çalışmaları için meclis içerisinde faaliyetlerde yer almaktadır.

## TÜRKONFED-SEDEFED

TÜHİD olarak 20 Ekim 2017 tarihinde **TÜRKONFED** ve **SEDEFED** üyeliğimiz kabul edildi. Akabinde SEDEFED Yönetim Kurulu'nda TÜHİD temsil edilmeye başlandı. Çalışma komitelerinde aktif rol alınmaktadır



SEKTÖREL DERNEKLER FEDERASYONU  
FEDERATION OF INDUSTRIAL ASSOCIATIONS



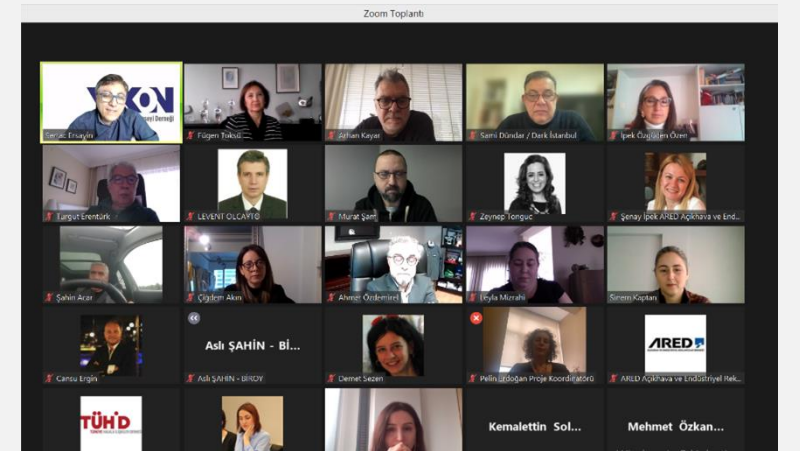
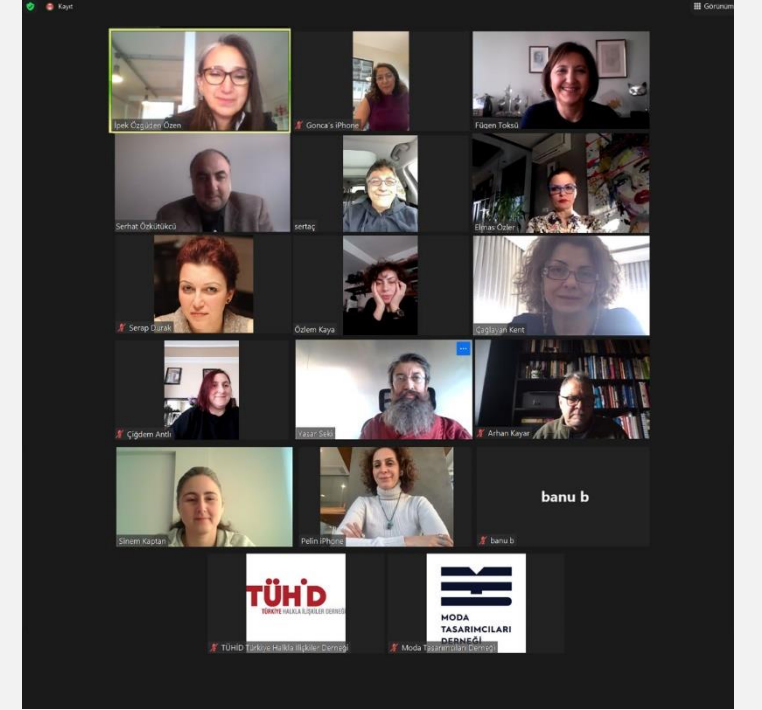


### **KALDER-TÜRKİYE KALİTE DERNEĞİ**

Mükemmellik kültürünü yaşam biçimine dönüştürerek, ülkemizin rekabet gücünün ve refah düzeyinin yükseltilmesine katkıda bulunmak amacıyla 1990 yılında kurulan Türkiye Kalite Derneği'nin mükemmellik sürecine katkıda bulunmak üzere üye olduğu günden bugüne kadar aktif olarak yer aldı ve çalışmalara katkıda bulundu.

## YEKON - YARATICI ENDÜSTRİLER KONSEYİ DERNEĞİ

TÜHİD-Türkiye Halkla İlişkiler Derneği'nin de kurucu üyeleri arasında bulunduğu YEKON-Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği ülkemizde yaratıcı endüstrilerin ekonomik gücünü göstermek, fikri mülkiyet temelli üretim yapan endüstrileri bir araya getirmek, fikri mülkiyetin önemine dikkat çekmek üzere 2012 yılında kuruldu. Kurucu Üyeleri TÜHİD - Türkiye Halkla İlişkiler Derneği, DPİD - Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği, ETMK - Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu Derneği, GMK - Grafikerler Meslek Kuruluşu Derneği, İDA - İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği, RD - Reklamcılar Derneği, RY - Reklam Yapımcıları Derneği, RYD - Reklam Yaratıcıları Derneği, SSTD - Sergileme ve Stand Tasarımcıları Derneği, MTD - Moda Tasarımcıları Derneği, TESİYAP - Televizyon ve Sinema Filmli Yapımcıları Derneği'dir





**GLOBAL ALLIANCE FOR PUBLIC RELATIONS and COMMUNICATION MANAGEMENT**

Global Alliance, dünyanın en büyük halkla ilişkiler ve iletişim yönetimi dernekleri ve kurumları konfederasyonudur. Dünyada 126 ülkede 280.000 üzerinde uygulayıcıları ve akademisyenleri temsil eder. Global Alliance'ın misyonu, halkla ilişkiler mesleğini birleştirmek, tüm dünyada mesleki standartları yükseltmek, üyelerinin yararına bilgi paylaşmak ve kamu yararına halkla ilişkilerin küresel sesi olmaktır



GLOBAL ALLIANCE FOR PUBLIC  
RELATIONS and COMMUNICATION  
MANAGEMENT

TÜHİD'in Üyesi olduğu ve Yönetim Kurulu'nda bulunduğu Global Alliance for Public Relations and Communication Management 4 yıl sonra ilk defa yüz yüze toplantı için İstanbul'da bir araya geldi. TÜHİD Yönetim Kurulu Üyemiz Gonca Karakaş ve Effect BCW ev sahipliğinde gerçekleşen yönetim kurulu toplantısında Pandemi döneminde TÜHİD'e desteklerinden ötürü Global Alliance Başkanı Justin Green'e Altın Pusula takdim edildi.



**İLEDAK** 2016  
İLETİŞİM EĞİTİMİ DEĞERLENDİRME AKREDİTASYON KURULU

**İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERNEĞİ - İLEDAK İŞ BİRLİĞİ**

TÜHİD, İletişim Araştırmaları Derneği tarafından iletişim eğitiminin yükseköğretim düzeyinde kalitesini sağlamak ve iş hayatının ihtiyaç ve talepleriyle buluşturmak için kurulan İletişim Eğitimi Değerlendirme Akreditasyon Kurulu - İLEDAK'da görev aldı. Toplantının neticesinde iletişimle ilgili mesleğin aradığı özellikleri saptamak ve mezunların kalitesinden yararlanmak konusunda paydaş bir kuruluş olarak ilettiğimiz görüş ve öneriler çerçevesinde hazırlanacak akreditasyon kurallarına göre üniversitelerin denetleneceği bilgisi paylaşıldı.



The page features a dark blue background with decorative red geometric shapes on the left and right edges. On the left, there are vertical bars and circles. On the right, there are vertical bars, circles, and a semi-circle at the top. The main text is centered in white.

# TÜHİD

## FAALİYETLER



## ALTIN PUSULA TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ

“Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri”, Türkiye’de halkla ilişkiler çalışmalarının yarıştığı ilk ödül programıdır. Kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları tarafından itibarı yüksek kabul edilen bir programdır.

Başarılı halkla ilişkiler çalışmalarını ödüllendirmek, iş dünyası ve halkla ilişkiler şirketlerini teşvik etmek amacıyla Türkiye Halkla İlişkiler Derneği tarafından 1999 yılından itibaren “Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri” verilmektedir. İş dünyası ve kamu sektörünün yakından takip ettiği ödül programı 2024 yılında yirmi ikinci kez verilecek.

Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri yarışmasının bütün süreçleri internet üzerinden online olarak yönetilmektedir.





Görev alan seçici kurul üyeleri yarışmanın şeffaf ve açık sistemli yönetimi ve online bilgilendirme sistemini övgüye değer bulmaktadır.

Her Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri; ayrı bir duyuru süreci, jüri belirleme safhası, resmi yazışmalar, değerlendirme toplantıları, davet ve sponsorluk çalışmaları, tören hazırlıkları vb. birçok alanda yapılan yoğun çalışmalar ve iş birliklerini içermektedir.



### **Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri;**

Altın Pusula'ya 20 ana ve 18 alt kategori olmak üzere toplam 38 kategoride proje başvurusu yapılıyor.

Ödüller:

- Kategori Ödülleri,
- Jüri Özel Ödülleri,
- Büyük Ödül,
- UNDP Özel Ödülü,
- Alâeddin Asna Kurumsal Sorumlulukta Tutarlılık ve Süreklilik Ödülü,
- Betûl Mardin Geleceği Şekillendiren Liderler Ödülü,
- TÜHİD - KAGİDER 1e1 Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ödülü,
- SEDEFED Özel Ödülü
- B4G Özel Ödülü

alanlarını içerir.





## Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri;

### Kategori Ödülleri

- Kurumsal İletişim, Gündem Yönetimi,
- Kurum İçi İletişim,
- Kurumsal Sorumluluk,
- Pazarlama İletişimi ve Bütünleşik Pazarlama,
- Kriz İletişimi,
- Etkinlik Yönetimi,
- Dijital İletişim,
- En İyi ve Yaratıcı Uygulama Örnekleri,
- Sürdürülebilirlik İletişimi,
- Sivil Toplum Kuruluşları,
- Kamu Kuruluşları,

- Sponsorluk İletişimi,
- Finansal Ürün, Hizmetler ve Yatırımcı İlişkileri,
- Kurumsal Raporlar,
- Kurumsal Yayınlar,
- Medya İlişkileri,
- Uluslararası Proje/Kampanya,
- Türkiye Markası Ödülü,
- Cumhuriyetin 100. Yılı İletişim Çalışmaları,
- Doğal Afetlerde Risk, Kriz ve İletişim Yönetimi,
- Kategori Dışı Projeler
- Genç İletişimciler kategorilerindeki projelere verilmektedir.

Tüm kategorilerde hem proje sahibi kuruluşlara hem de o projeye katkısı olan halkla ilişkiler şirketlerine Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri takdim edilmektedir.



## “BETÛL MARDİN GELECEĞİ ŞEKİLLENDİREN LİDERLER” VE “ALÂEDDİN ASNA KURUMSAL SORUMLULUKTA TUTARLILIK VE SÜREKLİLİK” ÖDÜLLERİ

İletişim duayenleri Betûl Mardin ve TÜHİD Kurucusu Prof. Dr. Alâeddin Asna adına, “Betûl Mardin Geleceği Şekillendiren Liderler Ödülü” ve “Alâeddin Asna Kurumsal Sorumlulukta Tutarlılık ve Süreklilik Ödülü” 2016 yılı itibarıyla verilmeye başlandı.

**Betûl Mardin Geleceği Şekillendiren Liderler Ödülü**, “Vizyoner Türk iş kadını olarak dünya çapında başarılı temsiliyeti” nedeniyle başarılı iş kadınlarına verilmektedir.

**Alâeddin Asna Kurumsal Sorumlulukta Tutarlılık ve Süreklilik Ödülü** ise meslek profesyonelleri ve iş dünyası nezdinde Alâeddin Asna’nın mesleki değerlerini ve vizyonunu yaygınlaştırmak amacıyla “Kurumsal Sorumluluk” kategorisinde başvuru yapan projelerden birine takdim edilmektedir.





### UNDP ÖZEL ÖDÜLÜ:

Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri kapsamında; TÜHİD'in UNDP - Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ile yaptığı iş birliğiyle, 2011 yılından bu tarafa sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri en iyi ele alan, sürdürülebilirlik kriterlerini taşıyan projeye '**UNDP Özel Ödülü**' verilmektedir. UNDP - Birleşmiş Milletler Mukim Koordinatörlüğü iş birliği ile verilen özel ödül, tarafların memnuniyeti ile devam etmektedir.

FAALİ







# HEDEFLER İÇİN İŞ DÜNYASI

## BUSINESS FOR GOALS / B4G ÖZEL ÖDÜLÜ

Hedefler için İş Dünyası Platformu/ Business For Goals iş birliğiyle 19. Altın Pusula itibarıyla **B4G Özel Ödülü** verilecektir. Bu ödül belirli bir kategori altında yer almamaktadır. Tüm kategorilere yapılan başvurular arasında, ekonomik, sosyal, kültürel, toplumsal ve çevresel sürdürülebilirlik kriterlerini en iyi ele alan, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile uyumlu iş modeline örnek projenin sahibi kuruma B4G Özel Ödülü takdim edilecektir. TÜHİD ile B4G Yönetim Kurulu birlikte belirler. B4G Özel Ödülü için Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri başvuruları arasındaki projeler B4G kriterleri kullanılarak ön değerlendirmeye alınır ve B4G Yönetimi başvuran projeler arasında 5 projelik kısa liste oluşturur. Değerlendirme aşamasında projeler hakkında detaylı inceleme için kısa listeye kalan projeler ile görüşülür. Görüşme bağlantısı TÜHİD aracılığıyla gerçekleşir. B4G Özel Ödülü, TÜHİD ve B4G tarafından belirlenerek, Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri Seçici Kurulu'na iletilir.







## TÜHİD - KAGİDER 1E1 TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ ÖDÜLÜ

Cinsiyet Eşitliği her iki cinsiyetin de tüm kamusal ve özel yaşam alanlarına eşit seviyede katılımı ve toplumun tüm alanlarında eşit seviyede görünür olması anlamını taşır.

**1e1 Ödülü;** Ekonomik Katılım ve Fırsatlar, Eğitim

Olanaklarına Ulaşım, Sağlık ve Yaşam ile Siyasi Yetkinlik kriterlerine göre değerlendirilir.

Kriterlere uygun olan projeler; seçici kurula iletilir. TÜHİD - KAGİDER Seçici Kurulu 2 TÜHİD temsilcisi, 2 KAGİDER temsilcisi ve 1 akademisyenden oluşur.





## TÜHİD - SEDEFED Özel Ödülü

Toplumumuz ve iş dünyamız için çok önemli olan Sivil Toplum çalışmalarının desteklenmesi ve Sivil Toplum Örgütlerinin faaliyetlerinin desteklenmesi amacıyla TÜHİD – SEDEFED Seçici Kurulu tarafından değerlendirilir.







## GENÇ İLETİŞİMCİLER ÖDÜLÜ:

Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri kapsamında her yıl üniversitelerin iletişim fakültelerinde lisans ve yüksek lisans öğrenimi gören öğrencilerin yanı sıra üniversitelerin meslek yüksek okullarında "halkla ilişkiler" eğitimi gören öğrencilerin katıldığı genç iletişimciler yarışma kategorisidir. Her yıl ulusal ve uluslararası gündeme göre proje konusu belirlenmektedir. Herhangi bir kâr amacı gütmeyen bu kategori genç iletişimcilerin pratik ve teorik dünyayı bir arada görmesini ve tecrübe kazanmasını sağlamaktadır. Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri Genç İletişimciler Kategorisi, genç iletişimciler ile önemli bir bağ olma özelliği taşımaktadır.





## RAKAMLARLA ALTIN PUSULA TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER ÖDÜLLERİ;

TÜHİD Altın Pusula yarışmasının yirmi bir yıllık istatistikî verilerine bakıldığında;

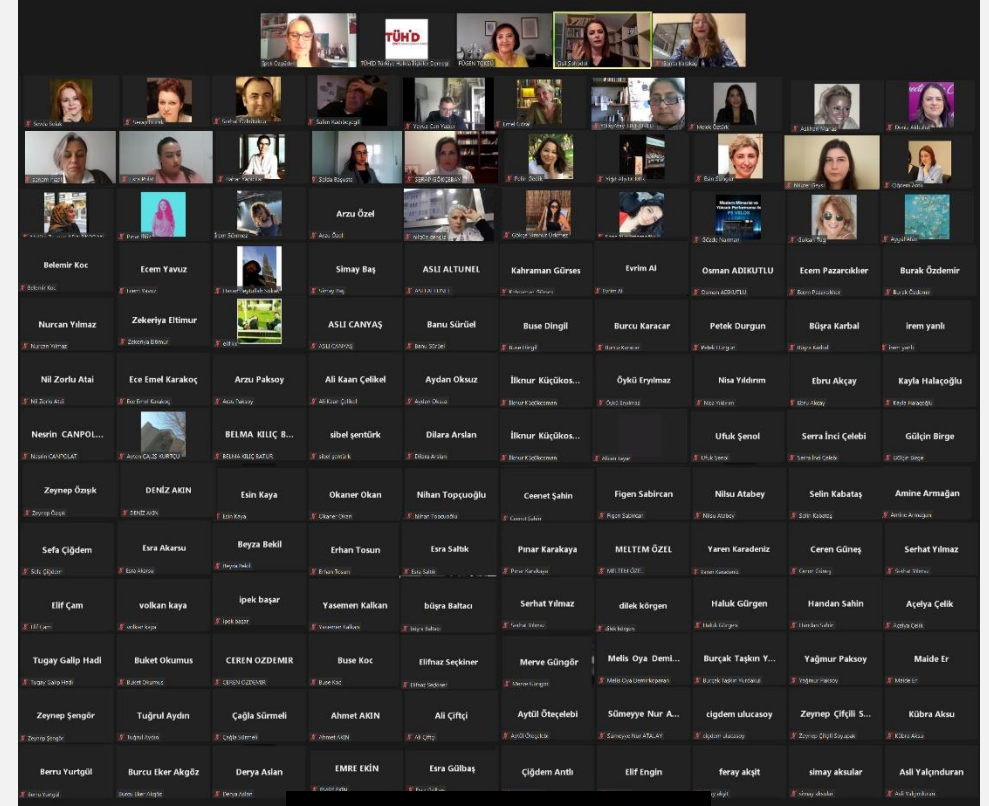
- **470** Seçici Kurul Üyesi görev aldı. 98 iletişim fakültesi **738 proje** ile katıldı ve **78 ödül** kazandı.
- Her projede ortalama 5 öğrenci çalıştığı düşünülürse, yaklaşık **4000** iletişim öğrencisinin sektöre hazırlandığını gösteriyor. Ayrıca, öğretim üyelerinin de bu süreçte sektörel bir çalışma gerçekleştirmesine imkân sağlanmaktadır.
- Özel / Kamu kuruluşları ve STK'lar **2878 proje** ile katıldı ve **506 proje** Altın Pusula sahibi oldu.
- Her bir projenin arkasında ortalama 5 kişilik bir ekip ve yönetim yer alırsa **10 bin ila 15 bin kişilik bir ekibe** ulaşıyor demektir

## KÜRESEL HALKLA İLİŞKİLER VE İLETİŞİM MODELİYLE İLETİŞİMCİLERE YENİ YOL HARİTASI

TÜHİD-Türkiye Halkla İlişkiler Derneği'nin Yönetim Kurulu Üyesi olduğu uluslararası halkla ilişkiler ve iletişim yönetimi derneklerinin konfederasyonu Global Alliance ile itibar, iletişim, marka yönetiminde profesyonelliği teşvik etmek için çalışmalar yapan Corporate Excellence, Küresel Halkla İlişkiler ve İletişim Modeli çalışması gerçekleştirdi.

Modelin sunumu, 16 Mart 2022 Çarşamba günü çevrimiçi toplantıda iletişim profesyonelleri, iş dünyası, akademisyenler ve genç iletişimcilerle paylaşıldı.

İletişim sektörü için önemli bir yeri olan bu model, Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü ve TÜHİD iş birliği ile Prof. Dr. Çisil Sohodol ve Araştırma Görevlisi Nilüfer Geysi tarafından Türkçeye çevrildi.



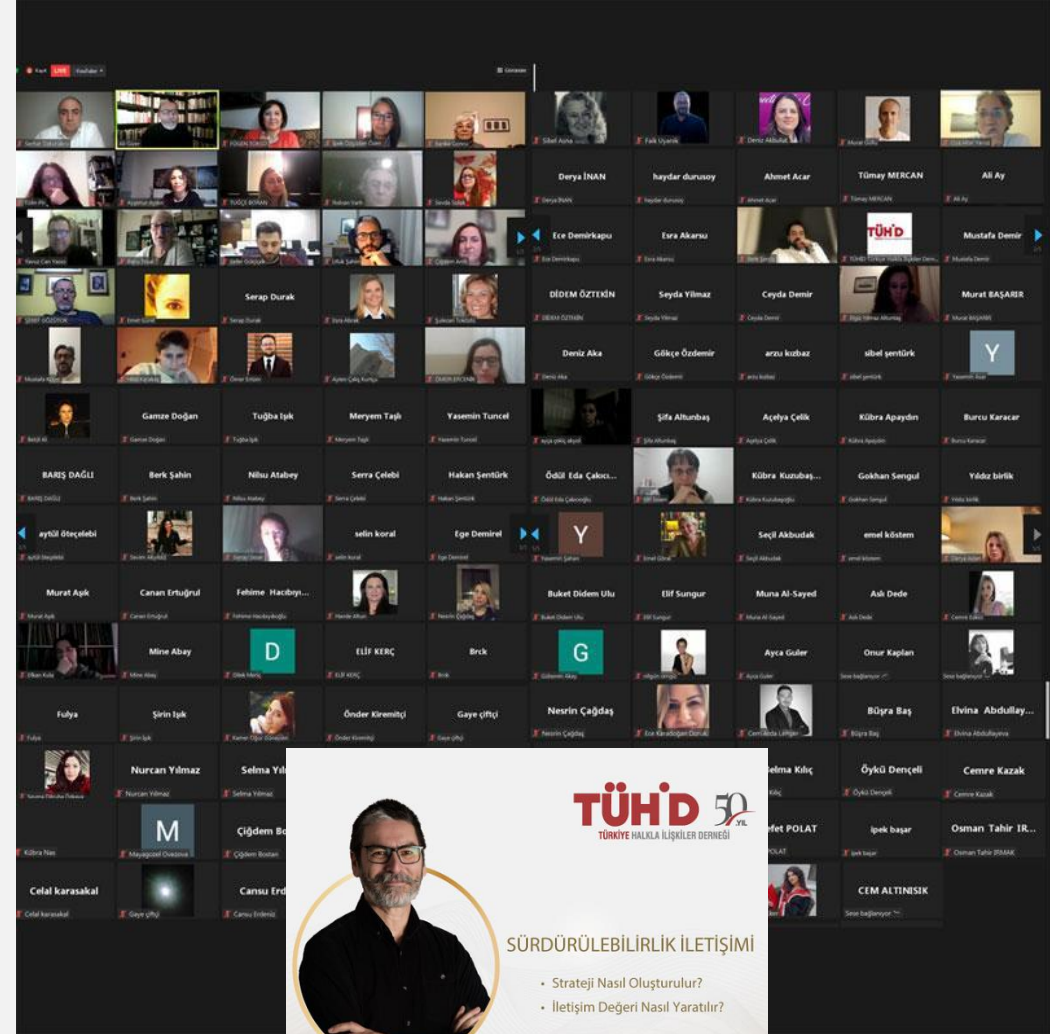


## TÜHİD VİZYON BULUŞMALARI: SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLETİŞİMİ

TÜHİD- Türkiye Halkla İlişkiler Derneği Araştırmacı ve Sürdürülebilirlik Danışmanı Ali GİZER ile Sürdürülebilirlik İletişimi üzerine bir Vizyon Buluşmaları gerçekleştirdi.

Araştırmacı ve Sürdürülebilirlik Danışmanı Ali Gizer'in sunumu ile; Strateji nasıl oluşturulur? İletişim değeri nasıl yaratılır? sorularının cevabını aramak için gereken tüm kaynakları içeren bir çalışma iletişim profesyonelleri, iş dünyası, akademisyenler ve genç iletişimcilerle paylaşıldı.

Bu çalışmaya göre "sürdürülebilirlik nedir" sorusuna genel anlamda verilen ekonomik, sosyal ve çevresel diye başlayan bir tanımlamanın 50 yıllık bir öğretiyle var olmasının insanlık için yeterli olmadığını ve bu süreçte yaşanan birtakım gelişmelerin iş dünyasına geçişinin nasıl olduğuna dair detaylı bilgi aktarıldı.



### TÜHİD VİZYON BULUŞMALARI: "RAKAMLARLA KONUŞMAK"

TÜHİD aracılığı ile sektörümüzü yakından ilgilendiren konular ve kıymetli konuklar ile devam eden Vizyon Buluşmalarında araştırma sektöründe 23. Yılına giren ZENNA Kurumsal Marka Yönetim Araştırmaları ve Danışmanlığı Şirket Başkanı Nuran Aksu'nun değerli sunumu ile mesleki gelişim programı amacı taşıyan bir çalışma gerçekleştirildi.



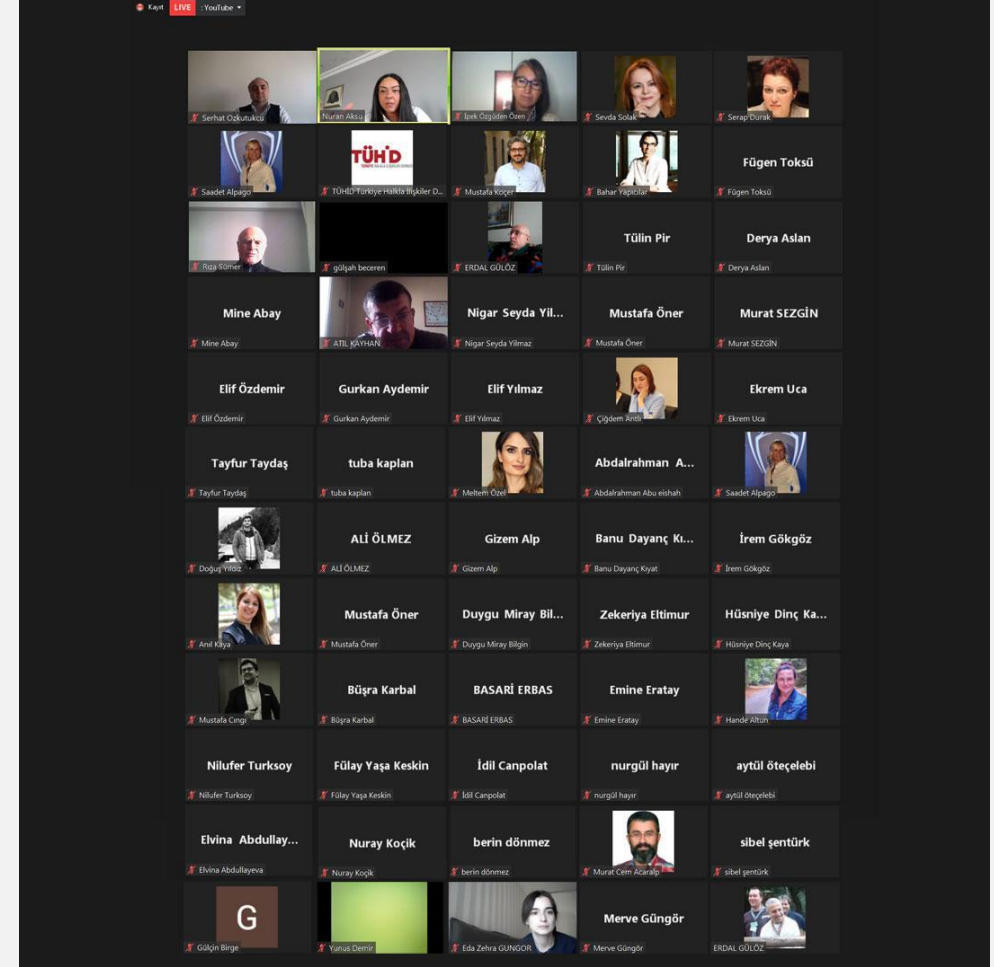
**TÜHİD 50. YIL**  
TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ

#### TÜHİD VİZYON BULUŞMALARI "Rakamlarla Konuşmak"

- Araştırmada neler bilinmeli?
- Araştırma sonuçları okunurken nelere dikkat edilmeli?
- Araştırma sonuçlarını anlamlandırmak, hikayeleştirmek için ne yapmalı?
- İletişimciye yön gösteren temel araştırma başlıkları

Nuran Aksu  
ZENNA Kurumsal Marka Yönetim Araştırmaları ve Danışmanlığı Şirket Başkanı

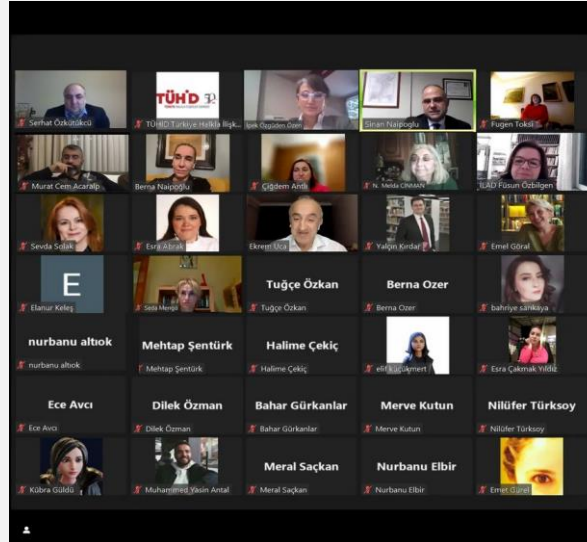
13 Nisan Çarşamba  
17.00-18.30 Sunum  
18.30 Soru-Cevap



## TÜHİD VİZYON BULUŞMALARI: İLETİŞİMİN ETİĞİ

TÜHİD Vizyon Buluşmaları kapsamında Naipoğlu Hukuk Bürosu Yönetici Ortağı Av. Sinan Naipoğlu, katılımcılarımızla çevrimiçi toplantıda bir araya geldi.

Sektörümüzü yakından ilgilendiren Yeni Sosyal Medya Yasası Nedir, Neleri Kapsıyor? ve Halkla İlişkiler Sektörü Açısından KVKK - Kişisel Verilerin Korunması Kanunu ile ilgili konuları paylaşıldı.



**TÜHİD** 50  
TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ

## TÜHİD VİZYON BULUŞMALARI

Yeni Sosyal Medya Yasası  
Nedir, Neleri Kapsıyor?

Halkla İlişkiler Sektörü  
Açısından Kişisel Verilerin  
Korunması Kanunu (KVKK)

▼ Tarih:  
**18 Ocak 2023**  
**Çarşamba**  
Saat:  
**20:00**



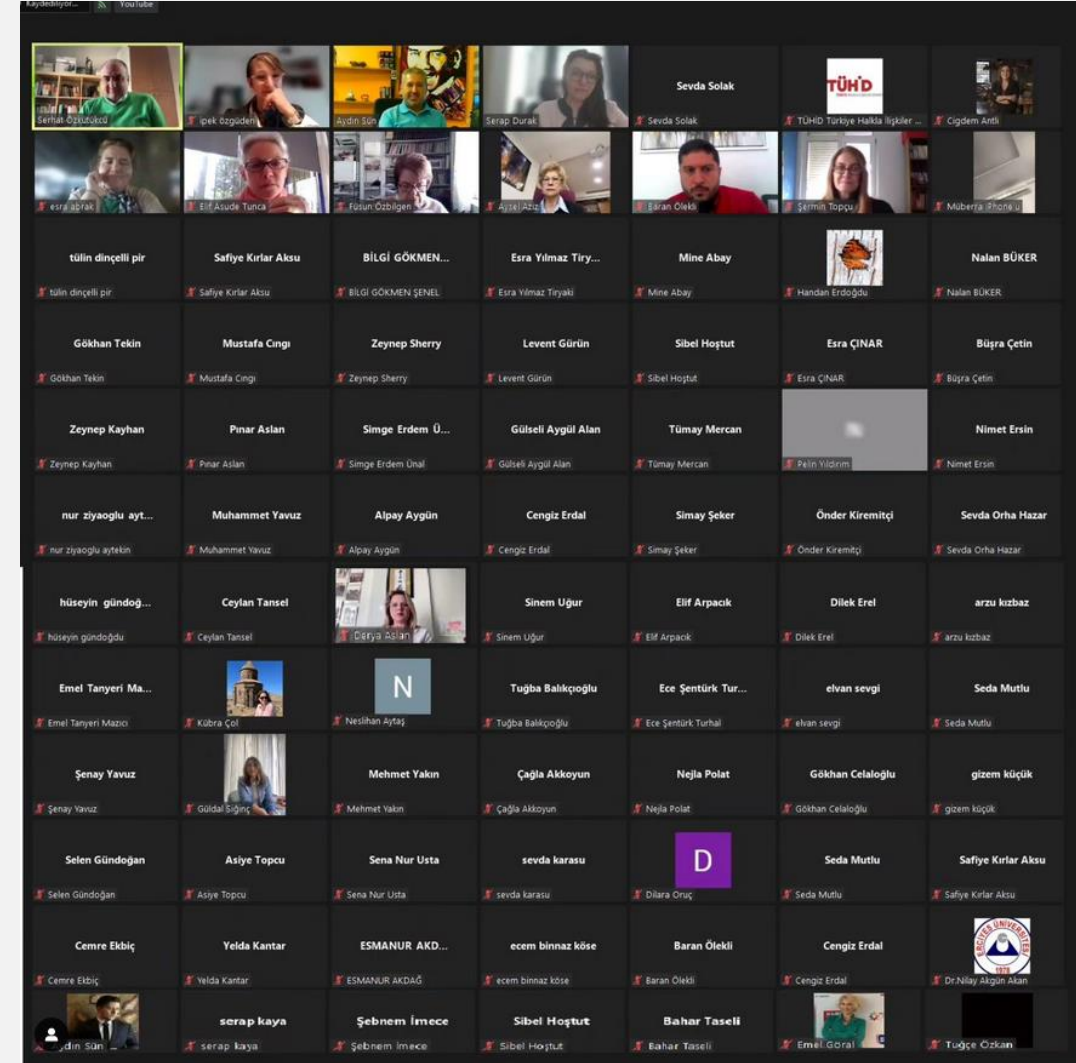
**Av. Sinan Naipoğlu**  
Naipoğlu Hukuk Bürosu Yönetici Ortağı



## TÜHİD VİZYON BULUŞMALARI: YAPAY ZEKA

TÜHİD Vizyon Buluşmaları'nın bir diğer konuğu Faselis CEO'su Aydın Sün, "Yapay Zekanın İletişim Sektöründe Kullanımı" konusunda sektör profesyoneli üyelerimizi ve iletişim akademisyenlerini bilgilendirdi.

Sün, Yapay Zeka Nedir, ChatGPT ve Diğerleri, İletişim Sektöründe Yapay Zeka, Metin, Video, Görsel ve Sunum Üretme Araçları, Yaratıcı Üretken Zeka, Riskler ve Etik Prensipleri anlattı.



## TÜHİD VİZYON BULUŞMALARI: SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLETİŞİMİ

TÜHİD Vizyon Buluşmaları'nın konuğu 360 İletişim Ajans Başkanı, Sosyal Etki Danışmanı, İletişimci ve Toplumsal Cinsiyet Uzmanı ve Üyemiz Seçil Şendağ, "Sürdürülebilirlik İletişimi"

**TÜHİD**  
TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ

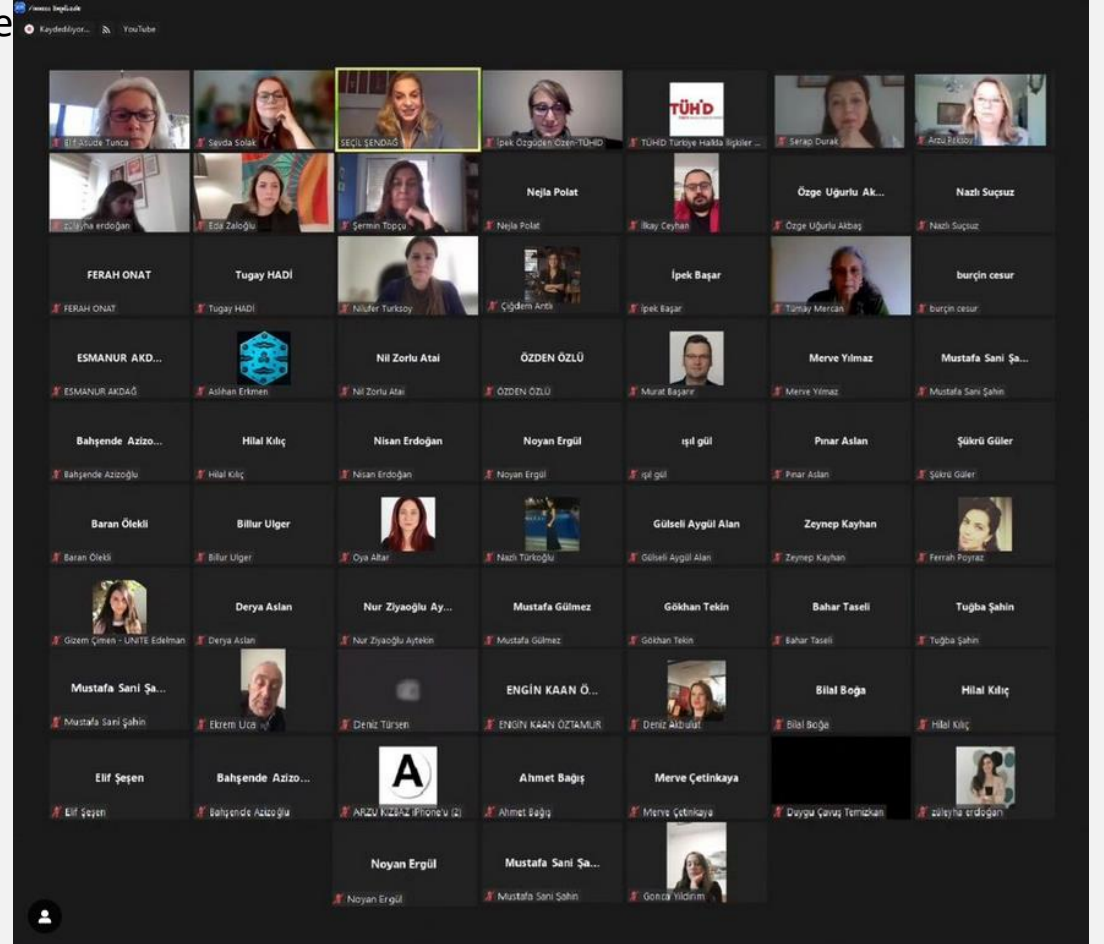
### VİZYON BULUŞMALARI

### Sürdürülebilirlik İletişimi

**Tarih:**  
**25 Mart 2024**  
**Pazartesi**  
**Saat:**  
**16:00 - 18:00**

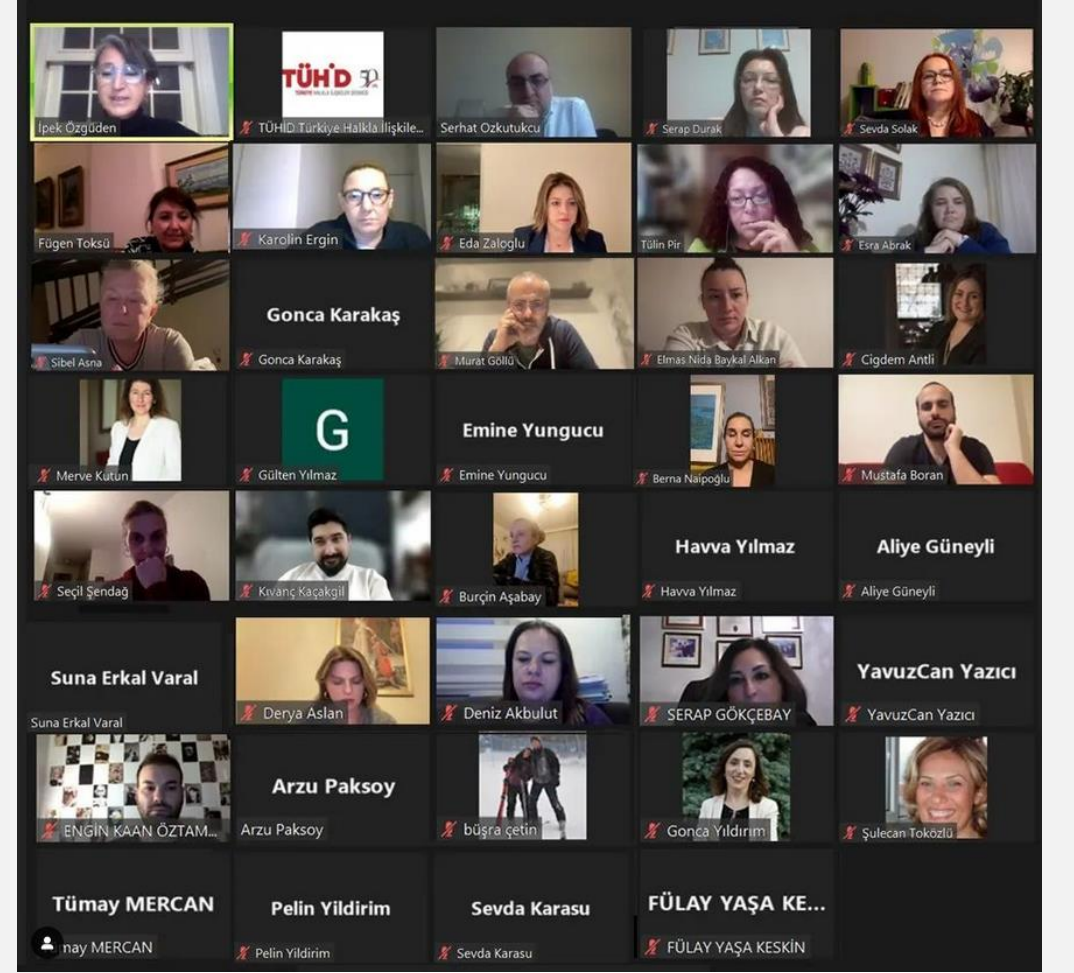
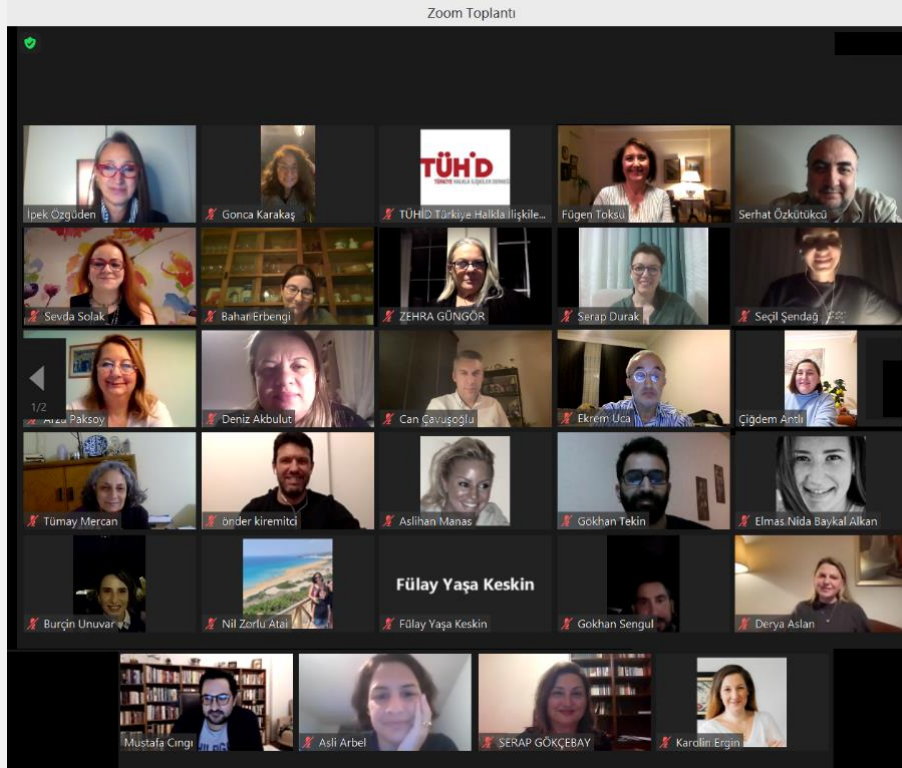
**Seçil ŞENDAĞ**  
360 İletişim Ajans Başkanı, Sosyal Etki Danışmanı,  
İletişimci ve Toplumsal Cinsiyet Uzmanı

zoom



## ÜYE BULUŞMALARI

## ÜYE BULUŞMALARI





## ÜYE BULUŞMALARI

### ÜYE BULUŞMALARI

TÜHİD Yönetim Kurulu ev sahipliğinde Cemile Sultan Liman Hanı'nda gerçekleşen etkinliğimizde üyelerimizle bir araya geldik.





**ÜYE BULUŞMALARI**

ÜYE BULUŞMALARI





## ÜYE BULUŞMALARI

### ÜYE BULUŞMALARI

TÜHİD-Türkiye Halkla İlişkiler Derneği Üyelerimizle birlikte Borusan Kocabıyık Vakfı'nın hazırladığı Cumhuriyetin Yüzü Sergisi'ni ziyaret ettik.



## ÜYE BULUŞMALARI

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği olarak, bugün D&R organizasyonu ve ev sahipliğinde İletişimci, Akademisyen ve Yazar Salim Kadıbeşegil ile keyifli bir söyleşi ve imza günü gerçekleştirdik.

İletişim profesyonellerinin, akademisyenlerin ve genç iletişimcilerin katıldığı etkinlikte "Yeniden Başlıyoruz" başlığı altında iletişimin yeni dönem dinamiklerini konuştuk.

SÖYLEŞİ VE İMZA GÜNÜ



**SALİM KADIBEŞEGİL**

Uzun denetimlerin misadereyi, Wiki Sistemi ve aykırı spekülaları anlatıyor.  
GELMEZ YOLA GİDİYORUZ!

D&R GALATAPORT  
19 ARALIK SALI  
17:00

TÜHİD  
TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ  
www.dr.com.tr









## TÜHİD-MARKETING TÜRKİYE İŞ BİRLİĞİYLE GENÇ İLETİŞİMCİLERE DİJİTAL DERGİLİK PROJESİ

Marketing Türkiye ile yaptığımız yeni iş birliği ile kontenjan dahilinde iletişim fakültelerine “Marketing Türkiye Dergisi’ne” dijital olarak erişim imkânı sunuldu.



**Geleceğin  
İletişimcileri İçin  
Dijital Dergi**

TÜHİD-Türkiye Halkla İlişkiler Derneği ve Marketing Türkiye Dergisi iş birliğiyle Geleceğin Genç İletişimcilerinin sektörle bağlarını kuvvetlendirmek ve eğitim süreçlerine katkıda bulunmak için Türkiye genelinde İletişim Fakülteleri ve öğrencilerine her ay “Marketing Türkiye Dergisi’ne” dijital olarak erişim imkanı sunulacak.

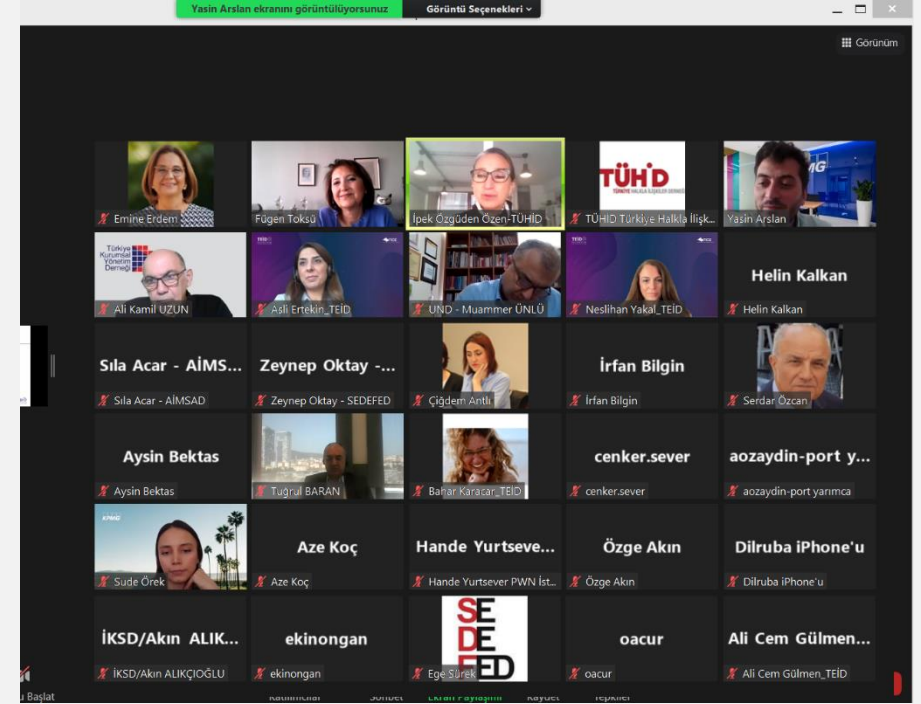
**TÜHİD**  
TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ

**Marketing  
Türkiye**

TÜHİD'in de üyesi olduğu, 42 sektör derneğini temsil eden Sektörel Dernekler Federasyonu "İş Etiği İlkeleri Deklarasyonu", 18 Mayıs 2022 günü gerçekleştirilen SEDEFED Genişletilmiş Yönetim Kurulu Toplantısında SEDEFED üye dernek temsilcileri tarafından imzalandı.

SEDEFED'in kabul ettiği Etik İlkeleri'ni TÜHİD'in de üyelerinden olduğu tüm üye derneklerin kendi vizyon, misyon ve değerleri kapsamında uyarlamasına uygun bir versiyonunu Dernekler Yararına İş Etiği İlkeleri olarak sunuldu.

Etik Dokümanına ulaşmak için [tıklayınız](#)



## TÜHİD HEYETİ 50. YILINDA ANITKABİR ZİYARETİ GERÇEKLEŞTİRDİ

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği-TÜHİD 50. yılı münasebetiyle TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı, Kurul Üyeleri, Geçmiş Dönem Başkanları, Üyeleri, İletişim Fakültesi Akademisyenleri, Meslektaşları ve Genç İletişimciler ile Anıtkabir ziyareti gerçekleştirdi.

TÜHİD Heyeti, mozeleye çelenk takdimi sonrasında Anıtkabir Özel Defteri'ni imzaladı. TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı İpek Özgüden Özen Anıtkabir Özel Defteri'ne yazdığı yazıda şunları kaydetti;

*"Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk,  
TÜHİD - Türkiye Halkla İlişkiler Derneği'nin 50. yılını idrak ettiği bu anlamlı yılda, Cumhuriyetimizin 100. yılına yaklaşırken TÜHİD Yönetim Kurulu, Üyeleri ve sektör temsilcileri olarak, huzurunuzda olmaktan büyük onur duyuyoruz.*

*Adında Türkiye ibaresi olan 50 yıllık bir meslek örgütü olarak bizler eşitliğin, özgürlüğün, sivil toplumun gücünün ve cumhuriyet değerlerinin temsilcileri olarak buradayız. Yeniliğin, geleceğin, sorumluluğun, sosyal yararın temsilcileriyiz. Bizler aklımızı ortaya koyarak dünya çapında işler yapan bir mesleğin üyeleriyiz. TÜHİD olarak "Dünyada her şey için, medeniyet için, hayat için, başarı için, en hakiki mürşit ilimdir, fendir" sözünüzden hareketle, Türkiye'yi muasır medeniyetler seviyesinin üzerine taşıma hedefinde çalışmalarımıza yılmadan devam edeceğiz.*

*Çağdaşlık yolunda yaktığınız meşalaya ışık tutanları, bu vatani bizlere canları pahasına emanet edenleri nezdinizde rahmet, saygı ve minnetle anıyoruz.*

*Türkiye Halkla İlişkiler Derneği"*



## TÜHİD HEYETİ 50. YILINDA ANITKABİR ZİYARETİ GERÇEKLEŞTİRDİ

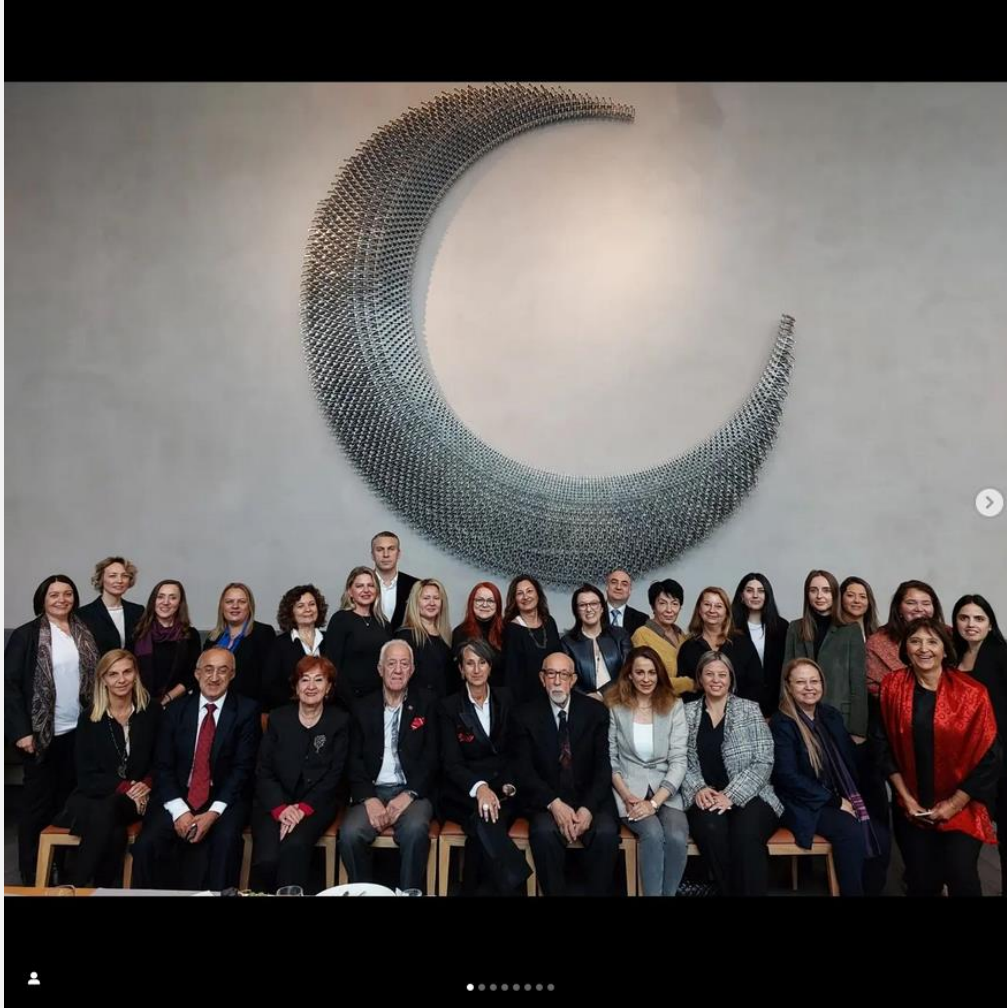
TÜHİD 50. YIL ÇALIŞMALARI





## TÜHİD HEYETİ 50. YILINDA ANITKABİR ZİYARETİ GERÇEKLEŞTİRDİ

TÜHİD 50. YIL ÇALIŞMALARI



## TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ'NDEN, AFET/KRİZ YÖNETİMİNDE ATILACAK ADIM ÖNERİLERİ-REHBER

- Yaşanılan Afetler ile ilgili en doğru bilgiye ulaşmak için resmi kaynaklar takip edilmeli.
- Sakin olmalı, araştırarak ve teyit ederek aksiyona geçilmeli.
- Bilinmeyen kanallardan gelebilecek bilgiler ve sosyal medyada oluşabilecek dezenformasyon içerikli paylaşımlara itibar ederek ani faaliyet ve paylaşımlardan kaçınılmalı.
- Öncelikle her kurum kendi içinde afet ile ilgili sorunu, mağduriyeti olanlarla ilgili araştırma yapmalı ve çözüm arayışına girmeli.
- Afet bölgesinde üretim, barınma vb. gibi konularda bağı olan markalar için en sağlıklı bilgiye ulaşılacak kanalları tespit ettikten sonra bölge için seferber olunması yönünde harekete geçilmeli.
- Markalar, ürünleri arasında afet ihtiyaçlarına uygun olabilecek ürünlerin tespiti, lojistiği ve nakliyesi konusunda planlama yapmalı, toplanma yerleri, ulaşım kanalları ve araçlarını araştırmalı.
- Resmi kanalların açıklamalarının ardından yine resmi kanalların kontrolünde karmaşaya neden olmayacak ve ihtiyaca uygun olabilecek dağıtım ağına uyulmalı.
- Medya ve halkla ilişkilerin etkin kullanılması adına, medya kuruluşlarının gündem dışı konularla meşgul edilmemesi, afet bölgesine ve bilgiye ulaşılması konusunda basına yardım edilmesi konusunda birlikte çözüm üretilmeli.
- Gerek yazılı basın gerekse sosyal medya kanallarından, basın ya da iletişim kanallarına gündemden farklı bir konuda bülten, içerik servis edilmemesi konusunda hassasiyet gösterilmeli.
- Markalar adına bağış, ilan ve taziyeler konusunda reklam ve öne çıkma refleksi taşınmadan duyarlı iletişim yapılmalı.



TÜHİD TEYİTLİ

# Deprem Destek Rehberi

Yardımların doğru ve sağlıklı bir şekilde dağıtılması aynı zamanda maksimum fayda sağlanması için koordinasyon çok önemlidir.



## Ayni Yardımlar:

AFAD, AHBAP ve AKOM gibi güvenilir kurum ve kuruluşlarca ve onlarla ortak hareket eden il/ilçe belediyelerince yayınlanan liste ve adreslere itibar ederek yardımda bulunabilirsiniz.

### Temel ihtiyaçlar:

- Hijyen Seti
- Isıtıcı
- Gıda Kolisi
- Powerbank
- Atkı & Bere & Eldiven
- Temiz Kıyafet
- Battaniye
- Kadın Hijyen Kiti
- Bebek Bezi & Maması
- Tuvalet Kağıdı
- Fener
- Pil
- Uyku Tulumu
- Kışlık Bot & Mont

## Kan Bağışı:

Kızılay'ın Kan Bağışı noktalarından kan desteği çağrısı yoğun ilgi ile karşılandı. Yapılan son resmi açıklama, kan uzun süre saklanamayan bir tedavi aracı olduğundan, kan bağışının önümüzdeki günlere de yayılmasının stok ve test süreçleri açısından daha uygun olacağı yönünde.

Kan bağışı ile ilgili Kızılay'ın sosyal medya hesaplarından yapılacak duyuruları ve [www.kanver.org](http://www.kanver.org) web sitesini takip edebilirsiniz.



## TÜHİD TEYİDLİ DEPREM DESTEK REHBERİ

### Nakdi Yardımlar:

Valiliklerin yönlendirmeleri ile onaylı olarak paylaşılan banka hesaplarına bağış yapmanız çok önemlidir.

#### AFAD:

- [www.afad.gov.tr/depremkampanyasi2](http://www.afad.gov.tr/depremkampanyasi2) linkinden TL, USD ve EURO banka hesaplarına ulaşabilir veya online olarak bağışta bulunabilirsiniz
- "DEPREM" yazıp **1866**'ya SMS gönderebilirsiniz (SMS bedeli: 20 TL)

*Not: EFT ile yardım yapmak için Bakanlık Afet ve Acil Durum İşleri Genel Müdürlüğü'ne başvurmanız gerekmektedir.*

### Nakdi Yardımlar:

Valiliklerin yönlendirmeleri ile onaylı olarak paylaşılan banka hesaplarına bağış yapmanız çok önemlidir.

#### KIZILAY:

- [www.kizilay.org.tr/Bagis/BagisYap/404/pazarcik-depremi-bagisi](http://www.kizilay.org.tr/Bagis/BagisYap/404/pazarcik-depremi-bagisi) linki, Kızılay mobil uygulaması veya 168 Türk Kızılay ücretsiz danışma ve bağış hattı aracılığıyla TL, USD ve EURO banka hesaplarına ulaşabilir veya online olarak bağış yapabilirsiniz.
- "DEPREM" yazıp **2868**'e SMS gönderebilirsiniz. (SMS bedeli: 10 TL)

### Nakdi Yardımlar:

Valiliklerin yönlendirmeleri ile onaylı olarak paylaşılan banka hesaplarına bağış yapmanız çok önemlidir.

#### AKUT:

- [www.akut.org.tr/bagis-yap](http://www.akut.org.tr/bagis-yap) linkinden TL, USD ve EURO hesaplarına ulaşabilir veya online olarak bağışta bulunabilirsiniz. (SMS bedeli: 10 TL)

[www.akut.org.tr/bagisci-ol](http://www.akut.org.tr/bagisci-ol) linkinden TL, USD, EURO ve GBP hesaplarına ulaşabilirsiniz.



TÜHİD TEYİTLİ

# Deprem Destek Rehberi

v. 2

Edindiğimiz teyitli bilgiler ışığında, süreç hakkındaki önceliklendirmeleri ve gelişmeleri sizlerle paylaşıyoruz.

**DİKKAT EDELİM!**

## Yardım Gönderirken:

- Kıyafetlerin **yeni** ve **kullanılmamış** olmasına öncelik verin. Eğer ikinci el eşya gönderiliyorsa **yırtık, lekeli, kirlili** ve **yıpranmış** olmadıklarından emin olun.
- Afet bölgesinin **iklim ve ortam** şartlarını göz önünde bulundurarak, **sıcak** tutacak eşyaları (mont, kazak, bot, battaniye, yorgan vb.) önceliklendirin.
- Gönderdiğiniz eşyaları **kategorilendirin** ve ayrı ayrı paketleyin. Kutuların üzerine mutlaka **kutu içeriği** ile ilgili bilgi notu ekleyin.

### Temel İhtiyaçlar:

- Büyük - Küçük Tüp
- Odun & Kömür Sobası
- Powerbank
- Jeneratör
- Cep Isıtıcısı
- İç Çamaşır
- Bebek Bezi
- Kışık Bot & Mont & Polar
- Hijyenik Ped
- Bebek Maması
- Konserve Yiyecek
- Su & İçecek
- Ekmek
- Bakliyat

### Medikal İhtiyaçlar:

- Sargı Bezi
- Elastik Bandaj
- Spanç
- Maske
- Yetişkin Bezi
- Eldiven
- Medikal Boyunluk
- Kırıklar için Atel
- Turnike
- Termal Bant

\*Yukarıda yer alan liste, AFAD ve İhtiyaç Haritası'nın sahada tespit ettiği, önceliklendirilmiş ihtiyaçlardır.

## Sahte Bağış Kampanyalarına Dikkat!

Ülkenin her yerinden insanlar bölge halkının yaralarını biraz olsun sarmaya çalışırken ne yazık ki kimileri de bunu bir fırsat olarak görüyor.

- Bağış yaparken, sahada faaliyet gösteren, **tanınmış, bilinen** organizasyonlarla çalışın.
- Doğruluğundan emin olmadığınız kaynaklardan gelen **banka hesap numaralarına** itibar etmeyin. Kurum/kuruluş tarafından doğrudan duyurulan resmi bağış kanalları dışındaki sitelere **kişisel verilerinizi ve kredi kartı bilgilerinizi** girmeyin.
- Bilinmeyen kaynaklardan gönderilen, şüphe uyandırıcı e-posta, SMS ve sosyal medya mesajlarındaki **bağlantılara** tıklamayın.



## Afet Bölgesindeki Refakatsiz Çocuklar:

Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın konuyla ilgili yaptığı açıklamada, deprem bölgesindeki refakatsiz çocuklar için vatandaşların **ALO 183** hattına, **kolluk kuvvetlerine** veya **Aile ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü görevlilerine** başvurmaları gerektiği belirtilmiştir.





## Acil Yardım Uygulaması:

deprem.io

Binlerce **gönüllü** yazılımcının ortaklaşa hayata geçirdiği ve sürekli üzerinde çalışarak iyileştirme ve geliştirme yaptığı, AFAD, Jandarma, AKUT, AHBAP, Kızılay gibi tüm organizasyonlara anlık bilgi ileten Google Maps bazlı bir uygulama.

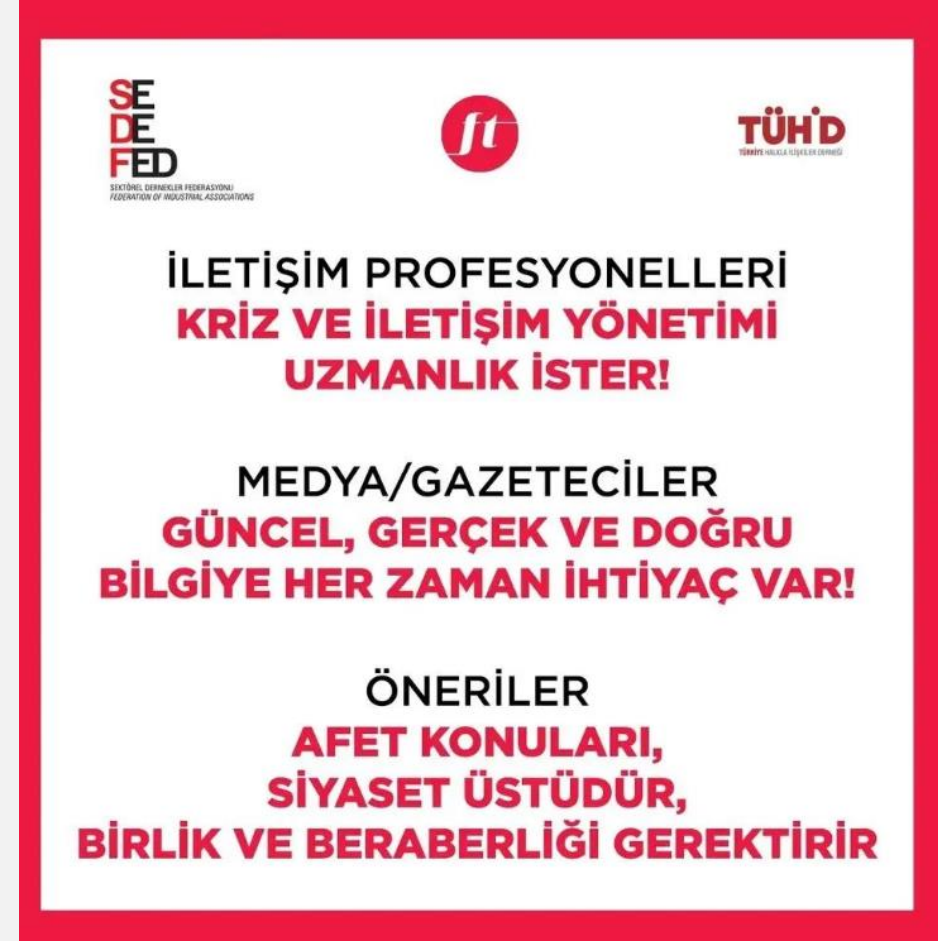
Afet bölgesinde depremzedelere, enkaz altı enkaz üstü ayırt etmeksizin **ihtiyaçlarına göre yardım** iletmeyi amaçlıyor.

## *sevgili iletişimciler*

İçinde bulunduğumuz bu zor günlerde, Afet/Kriz Yönetimi ile ilgili paylaşımlarımıza sosyal medya kanallarımızdan ulaşabilirsiniz. Ancak mesleğimiz adına çok önemli bilgi notlarını tekrar hatırlatmak isteriz.

- Medya ve halkla ilişkilerin etkin kullanılması adına, medya kuruluşları **gündem dışı** konularla meşgul edilmemeli.
- Gerek yazılı basın gerekse sosyal medya kanallarından basın ya da iletişim kanallarına gündemden farklı bir konuda **bülten, içerik servis edilmemesi** konusunda hassasiyet gösterilmeli.
- Markalar adına bağış, ilan ve taziyeler konusunda reklam ve öne çıkma refleksi taşınmadan **duyarlı iletişim** yapılmalı.

TÜHİD Geçmiş Dönem Başkanı Sayın Fügen Toksü, afet dönemlerinin daha iyi yönetilebilmesi için tarafların rollerini vurgulayan ve kaynak olabilecek bir yayın hazırladı.



Doğal Afetlerde Risk & Kriz & İletişim Yönetimi başlıklı çalışma, TÜHİD - Türkiye Halkla İlişkiler Derneği ve SEDEFED- Sektörel Dernekler Federasyonu tarafından destekleniyor





İpek Özgüden Özgen  
TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı  
pek.ozguden@o-hristiyan.com

### PEKİ, BUNDAN SONRA NE YA

Afet sırasında yardım etmek için, ihtiyaçları temin etmek için her birimiz bir şeyler aradık, ulaşmaya çalıştık. Dikeyle bir "Afet İletişim Listesi" oluşturmak için kendi ekosistemimiz içinde zaman harcadık. Bir yandan da afetlerde "Neler yapılmalı? Neler yapılmamalı? Neler yapılabilir? Kiminle birlikte yapılabilir?" halihazırda çalıştık. Şimdi artık üreteceğimiz faydayı sürdürülebilir hale getirmek ve büyütmek için bütünleşerek bir araya gelmek, doğru bilgiye dayalı, bilimsel dayanağı olan plan ve projelerle kalıcı işler yapmak gerekiyor.

**S**on yıllarda yaşadığımız pandemi, orman yangınları, seller, depremler gibi toplumsal, ülkeleri, dünyayı etkileyen afetlerin 6 Şubat 2023 sabahı Kahramanmaraş-Pazarık depremi ile yıkıcı etkisinin yanı sıra, dakikalar içinde kirlen, fabrikalar, dükkanlar, yollar, topraklar yıkıldı. Hayaller, anılar, hayatlar, canlar enkaz altında kaldı. Böylesi bir felaketi yaşayan herkes, ülkemize geçmiş olsun, hepimizin başı sağ olsun. Geçmişte yaşadığımız depremler birşeyler ya da toplumsal bir farkındalık yaratmıştı, ateş düştüğü binlerce evi yakmış ancak hayat hiçbir şey olmaması gibi devam etmişti. "Afet ve Deprem Toplanma Alanları" bir müddet sonra yerini farklı fonksiyonlara bırakmış, depreme dayanıklı bina bilinci her zaman olduğu gibi zaman aşımına uğramış, bilim insanlarının uyarılarına rağmen depremin gündemi "Nasılca bize olmasın" algısıyla rafa kalkmıştı. Ta ki 6 Şubat sabahında saatlerin 04:17'de durmasına kadar. Saatlerin durduğu andan itibaren başka bir evrene ışınlandık... Arama, kurtarma, barınma, ısınma, ihtiyaçlar, dayanışma, enkaz kaldırma, yaralıları sarma, psikososyal destekler, yardımlar, tıplar, eklektikörler, jeneratörler, konteynerler, cadınlar, sobalar, kışın ve yada malzemeler... Tüm ülke dünya bölgesi yardım için keneldi. Mahalle-şif, semti, anılan yıkılan pek çok şehrimizde darma noktasında olan hayatın yeniden filizlenmesi için ve acil insani ihtiyaçlara merhem olmak için tüm gücümüzde fayda sağlanmak için çalıştık. Henüz Ocak ayında yayınlanan küresel risk analizi raporlarında pandemiyle başlayan dönemin, insanilık tarihinde yıkıcı bir dönemin başlangıcı olduğuna işaret ediliyor. Risk raporları ekonomik, çevresel, toplumsal, jeopolitik ve teknolojik riskleri etkiden toplum yararı. Yıkıcı bir bedelle raporlarda, kalkınma programlarında anlatılan o sürecin sonuna geldiğimizi anladık. Geleceğimizi birkaç dakikaya kaybettirmedi, kaydedebileceğimizi gördük.

#### "İletişim" afet

İş dünyasından kuruluşlarına kaçı göstermeye, Depremin yıkıcı adınılamak amacıyla 6 "Afet Yönetimi" için çalışıyoruz. mi "çok katmanlı Kriz yönetiminin aşamaları afet yma, hazırlıklı ol tanımlıyor. Krimini ve "İletişim

#### Sektörün fayda neler yapması

Yaşadığımız yıkıcı ne yazık ki pek insanları, kamu deniyle ace kayış Depremi olduğu yönetimine hazırlanmış protokol ve kurumsal yeti Affetin boyutu o mülkiy bir dıya Orta ve uzun ve dan ekonomiyi, üretimi farklı ka noomiyi ve yağan etmenmiş gereki üniversiteler ve da birlikte hareket Makru bekarak yapı sarma çah iyileştirme çahş etkiden toplum yapıyla fayda ü ordinasyonu, pla bitirilebilirli



Afet sırasında yardım etmek, ihtiyaçları temin etmek için her birimiz bir şeyler aradık, ulaşmaya çalıştık. Dikeyle bir "Afet İletişim Listesi" oluşturmak için kendi ekosistemimiz içinde zaman harcadık. Bir yandan da afetlerde "Neler yapılmalı? Neler yapılmamalı? Neler yapılabilir? Kiminle birlikte yapılabilir?" halihazırda çalıştık. Şimdi artık üreteceğimiz faydayı sürdürülebilir hale getirmek ve büyütmek için bütünleşerek bir araya gelmek; doğru bilgiye dayalı, bilimsel dayanağı olan plan ve projelerle kalıcı işler yapmak gerekiyor.

#### İletişim sektörü "onarıcı" etkisi olan modeller geliştirmeli

Ayrıca, "Bürokratik Afet Yönetimi" çerçevesinde ulusal ve uluslararası kaynaklarda yer alan çeşitli yönlendirmeleri dikkate alarak, Pazarlık-Elibatın depremin felaketi özelinde bölgesel ve derinleşmiş ne ihtiyaçları analizleri yapmalıyız. Ardından uzmanların, akademisyenlerin görüşleri değerlendirilerek ve yönlendirmeleriyle bölgeye yönelik onarıcı, iyileştirici çalışmaların planlanması ve uygulanması sürecine paralel olarak hızlanarak, kurumsal vizyonumuz, iş planlarımız, gündemimizi bu planlara göre şekillendirmemiz gerekiyor.

Sektör, depremin etkisi olduğunda gereğinden de hareketle, bilgi ve becerilerini de dahil ederek iyileştirici ve onarıcı etkisi ölçülebilecek model uygulamalar geliştirmeli. Model uygulamalar bölge ve bölge halkı için etki yaratmakla birlikte, olası felaketler için de yol gösterici olmalı. Hassasiyetler oldukça yüksek. Bu bağlamda sosyal fayda üretmek için sosyal etki ve beklentisi etki yönetimi disiplinlerinden faydalanarak; kamu, sivil toplum ve üniversite iş birliğinde hareket etmek önemli ve öncelikli konularımız başında gelmeli. Her sektörün de bir afet yönetimi sistemi kurarak fayda üretmeye kendi alanından başlaması gerekiyor.

Son 30 yılda yaşamadığımız kriz yok gibi. krize kadar kurulan olan ve ilk vazeçilen iletişim sektöründen şimdi iletişim her işi Krize iletişime, etki yaratmaya, fayda üre devam eden, "Kurumsal Vatandaşlık" bilinci reket eden, çözümleri bir parçası olan marka şanının devam ettirecek. Depremde insanları kentlerimizizi, gençlerimizin, kadınlarımızın deyişti. Yeniden başlamak için birlikte olmayı dege olmalı, ekonomiyi, umudu beslemeye, ları dokunmaya daha çok ihtiyacımız var.

#### İletişim bütçesini sıfırlamak bir çözüm de

**"Krizde iletişime, etki yaratmaya, fayda üretmeye devam eden, "Kurumsal Vatandaşlık" bilinciyle hareket eden, çözümün bir parçası olan markalar yaşamını devam ettirecek."**

Afetin sonuçlarının yıkıcı olmasının temelini yarık risklerini depremin yönetememesini büyük. Yani "ünce" döneminden yapılmış talar yaşanan kaçıplan da arttırdı. Artık soru değişimimiz ve planlamamız gerekiyor. İl süreklili, düzenli ve planlı yapıldığı zaman fayda rahır. Sağduyulu ve tutarlı olmak zorundayız kiye yaralarını saracaklar ama bu süre bekled kadar kısa olmayabilir. İletişim sadece mark rını üzerine yapılan bir çalışma değil. Bir kutu illerinin octaya çıkararak çalışmaları sadece z yaptıkları, ürün ve hizmet kalitesiyle öleji Güven duyulabilirlik, yanında olabilmek, ç paylaşılabilirlik, değer yaratılabilirlik, sorunları çözümleri üretebilmek, sorumluluk alabilir kurumun ya da markanın iletişim stratejileri yer alır. Özellikle de böylesi afet dönemlerinde nedenle pazarlama bütçelerinin sıfırlanması şim bütçelerini başka yerlere aktarılması ön ilik asla gelen ama geri dönümlü tekrar düşün günde yerini başka illere bırakarak öncelik de yer alır. Ote yandan bir dünyaya entegre rekabet eden bir iletişim. Hedefimiz yaralı bir daha açılmayacak şekilde iyileştirildi kald yerdem devam etmeli olmalı.

www.mcrketingturkiye.com.tr



### TÜHİD DEZENFORMASYONUN ÖNÜNE GEÇMEK AMACIYLA "DEPREM DESTEK REHBERİ"Nİ YAYINLADI

Büyük depremin felakatinin yayıldığı andan itibaren duyuruya kalmayan vatandaşlar ve markaların iletişim kanalları aracılığıyla seferberliğin bir parçası oldu. Yardımların doğru ve sağlıklı bir şekilde dağıtılması ve aynı zamanda maksimum fayda sağlanması için koordinasyon elbette çok önemli. Ancak araştırmalar "yanlış bilgi" ve "dezenformasyon"un doğru bilgidan daha hızlı yayıldığını gösteriyor. Türkiye Halkla İlişkiler Derneği, böylesi bir kriz döneminde olası dezenformasyon önüne geçebilmek için oluşturulacak edimlerin ve dikkat edilmesi gereken noktaları hazırladığı "Deprem Destek Rehberi"nde toplayarak tüketicilerin kullanımına sundu. TÜHİD, yayınladığı rehberde "Afet/Kriz Yönetimi" için şu önerilerde bulundu:

- Yaşanılan afetlerle ilgili en doğru bilgiye ulaşmak için resmi kaynaklar takip edilmeli.
- Sakin olmak, araştırarak ve teyit ederek aksiyona geçilmeli.
- Bilinmeyen kanallardan gelebilecek bilgiler ve sosyal medyada ulaşılabilecek dezenformasyon içerikli paylaşımlara itibar ederek yanlış bilgiye ve paylaşımlardan kaçınılmalı.
- Öncelikle her kurum kendi içinde afetle ilgili sorunu, mağduriyeti olanlarla ilgili araştırma yapmalı ve çözüm arayışına girmeli.
- Afet bölgesinde üretim, borçlama gibi konularda bağı olan markalar için en sağlıklı bilgiye ulaşılacak kanalları tespit ettikten sonra bölge için seller her olurması yönünde hareket geçilmeli.
- Markalar, ürünleri arasında afet ihtiyaçlarına uygun olabilecek ürünlerin tespiti, lojistiği ve nakliyesi konusunda planlama yapmalı, toplama yerleri, ulaşım kanalları ve araçlarını araştırmalı.



- Resmi kanalların açıklamalarının ardından yine resmi kanalları kontrolünde karmaya neden olmayacak ve ihtiyaca uygun olabilecek dağıtım ağına upulmalı.
- Medya ve halkla ilişkilerin etkin kullanılması adına, medya kuruluşlarının gündem dışı konularla meşgul edilmemesi, afet bölgesine ve bilgiye ulaşılması konusunda basına yardım edilmesinde konusunda birlikte çözüm üretilmeli.
- Gerek yazılı basın gerekse sosyal medya kanallarından basım ya da iletişim kanallarına gündemden farklı bir konuda bilgin, işçilik servis edilmemesi konusunda hassasiyet gösterilmeli.
- Markalar adına basın, illen ve faaliyetler konusunda reklam ve öne çıkma rolükları taşınmadan duyarlı iletişim yapılmalı.



Ajanlar Be Nice, New York ofisini duyurdu.



Ajan Be Nice, yurtdışı pazar için birliktelik güdümek için İstanbul'dan sonra dünyanın en önemli ve diplomatik merkezi konumundaki New York'ta ilk yurtdışı ofislerini duyardı.

Ajanlar Otok, İribal Worldwideri tercih etti



Ajanlar Opek'te yeni reklam ajansı Tribal Worldwide İstanbul'da oldu. Ajanlar, yeni dönemde Ajanlar Opek'in marka ve iletişim stratejilerine bilgilere, çağrı dağıtımına ilgili hizmet verecek.

Sololu'nun yeni reklam ajansı Liberté İstanbul oldu



Euzenbug, Tüketim Dönüşümü markalarının Solo, yeni dönem yaratıcı ajansı Liberté İstanbul'da oldu. Ajanlar, Solo markasının 350 depremin iletişimini üstlenecek.

Schafer halkla ilişkiler ajansını seçti



Schafer, stratejik iletişim ve halkla ilişkiler çalışmalarını yönetimi de kapsadığı için Canvas İletişim'i tercih etti



### BİLDİĞİN GİBİ DEĞİL



Ali Saydam

alisaydam@marketingturkiye.com

### OKYANUSU GEÇİP...

15 Şubat Çarşamba akşamı TV'leri karşısında oturan ve "Tek Yürek" kampanyasını izleyenlerin siyasi iletişim, pazarlama iletişimi, halkla ilişkiler ve iletişimin görsel dahil her dalı hakkında son derece ciddi "okumalar" yapabileceklarini düşünüyorum.

**H**emen baştan söyleyelim: "Tek Yürek" kampanyası çok iyi düşünülmüş bir organizasyondur ve topladığı rekor bağışla hedefine ulaştı.

Tabii bu arada nelere tahammülün kalmadığı da iyice anlaşıldı... Örneğin hiç kimse lafi uzatılardan hazzetmedi. "Geçmişte şu kadarlık yardım yaptık, bunun üzerine de şimdi bu kadar daha ekliyoruz; toplamda şöyle bir yardım yapmış oluyoruz" diyenleri hiç kimse sempatik bulmadı...

Kamu kuruluşları, yardımlarının miktarını açıklarken "Bunları halktan topladıkları parayla yaptıkları" algısını engelleyecek bir izahatta bulunmadılar. Örneğin, Merkez Bankası'nın ifade ettiği gibi bir yıl önceki kırlarından ayırdıkları miktar olduğunu anlatmadılar; bu nedenle de tevizirata uğramalarının önünü alamadılar.

Türkiye'yi "karpuz gibi" ikiye bölmeye niyetlenenlere inat, bülkümüti destekleyen ve eleştiren kanalları sırt sırta vermesi sağlanmıştı. Bu açıdan da çok iyi düşünülmüş bir projeydi. Peki, bu görsel olarak yeterli derecede ifade edilebildi mi? Hayır!

#### Biçim aceleye getirildi, çok yazık oldu!

İletişimi layıkıyla yapılamayan bir başka avantaj da şöretlerle ilgiliydi. Pek çok farklı alandan, ülkemizin en popüler, en güvenilir, en sevilen, bir araya getirilmeleri neredeyse imkansız, saat ticretleri milyonlarla ifade edilen ünlülerini buluşturmayı başaracaksınız. Hatta çağrı merkezi gibi çalışacaksınız ve bunu layıkıyla göstermeyeceksiniz! Çok yazık oldu...

Belli ki bazı şeyler aceleye gelmişti. Ses çok ciddi problemli. Yalnızca teknik sorunlara yol açmadı, iletişim kazalarına da neden oldu. Programın akışı prova edilmemişti. Üstelik yayın akışı, hangi ünlülerin programa katılacağı, bir süre sonra koltuklarını devrederek yeni isimlerin yayına alınacağı izleyicilere ne yayın öncesinde anlatıldı ne de yayın sırasında...

SMS'le gönderilecek kelimelerin nasıl yazılacağı ayrı bir meseleydi. Aslında SMS'e yazılması gereken "Tek Yürek" olsa da ekranın altında "Tek Yürek" şeklinde yer alması, bu nedenle de hem bağışçılara hem de durumu açıklamaya çalışan ünlülere vakit kaybettirmesi inanılır gibi değildi. Öte yandan sunucular o kadar profesyoneldi ki; her an kaosa dönüşmesi mümkün olan ortamdaki çelişkileri toparlamaya başarılılar, okyanusu geçip derede boğulmuşsunu engelleyediler.

Hiçbir yıllık cesazsı kalmaz... Bu sefer de böyle oldu. Programı hazırlayanlar içerik kadar biçime de eğilebilseler ve aceleye getirmeselerdi, belki büyük firma ve kişilerin katılımı da artırılabilir, her anlamda alkışlanacak bir iş ortaya çıkabilirdi.



### TÜHİD DEVREDE

**T**ürkiye Halkla İlişkiler Derneği'nin (TÜHİD) kıymetli başkanı İpek Özgüden kardeşimle uzunca bir telefon konuşması yaptık. TÜHİD olabilecek en geniş iş birliğini tesis etmiş; üyelerinin yanı sıra sektör dernekleri, Cumhurbaşkanlığı, AFAD, Ahbap, Kızılay, GAP İdaresi, İBB, EGD, TGC, TSYP, SEDEFED, TÜRKONFED, YEKON ve deprem bölgesindeki iletişim fakülteleriyle iletişim ve koordinasyonu sağlamış.

İpek Hanım, şu dönemde yapılması gerekenlerle ilgili hazırladıkları rehberleri de e-postayla ilettiler. Kendisini tebrik ettim. Sizlerle de paylaşmak istiyorum.

Bunlardan ilki "Afet/Kriz Yönetimi"nde atılacak adım önerileri... Mesajın anlaşılması, benimsenmesi ve davranış değişikliğine yol açması için en önemli kulların başında yer alıyor. Bu çok kıymetli özellik sağlanmış, kısa, öz, net, anlaşılır ve akılda kalıcı 10 maddelik bir liste hazırlanmış.

"Deprem Destek Listeleri"nde de yardım etmek isteyenlerin ihtiyaç duyacağı tüm bilgiler derli toplu biçimde sıralanmış.



Nakdi yardımlar için hesap numaraları, aynı yardımlar için ihtiyaç listeleri, kan bağışı konusunda izlenecek yol açıklıyor. Ayrıca refakatsiz çocuklar ve sahte bağış hesapları gibi en çok merak edilen ve hassas konulara ilişkin bilgiler de bu kılavuza dahil edilmiş.

İletişim "sonuç odaklı" bir disiplindir. Koyduğunuz hedefe, işin sonunda ulaşmadıysanız, ne kadar gürültü kopardığınız pek de bir anlamı olmaz. TÜHİD'in bu çalışmalarıyla arzulanan sonuca ulaşmak için doğru adımları attığını görüyoruz.

### AHBAP'IN İLETİŞİMDEKİ BAŞARISI...



**D**eprem döneminde iletişim tekniği açısından en başarılı yönetimlerden birini sergileyen hiç şüphesiz Ahbap'ın kurucu Başkanı Haluk Levent idi.

Önceleri kendisini "devlet düşmanı" olarak konumlamak için çaba harcaırdılar. Hatta bunu tesis edebilmek için malum terör örgütüne Ahbap'a bağışlar yapıldı. Bu durumu da Levent'in bizzat kendisi desifre etti. İnsanları, bağışçılara "Ahbap vs. AFAD" ikilemine doğru itmeye çalıştılar. Sosyal medya tahrik üstüne tahrik tweetleriyle doldu. Levent hiçbirine kapılmadı; tam tersine "AFAD da bizim Ahbap da" sloganıyla kurulmak istenen oyunu bozdu.

Toplumun tamamını kucaklamak istediğini ifade etti. Yaptığı iletişimle her türlü tevizirah ve oyunu engelleyemeyi başardı. En iyi kriz yönetimi, krizin engellenmesidir. Levent'in doğru tutum ve davranışlarla bunu yapabildiğini söylemek hiç de abartı olmaz.



# KURUMSAL SEFERBERLİK ÇAĞRISI

BUGÜN DEĞİLSE NE ZAMAN?



Sosyal sorumluluk, temelinde toplumsal fayda yaratmayı, eğitim, sağlık, çevre gibi alanlarda toplumu geliştirme ve bilinçlendirme hedefleyen sürdürülebilir çalışmalar yapılmasını amaçlar. Kamuoyu ve tüketiciler artık bu konuda çok hassas ve talepkardır. Kurumların hem desteklerini göstermesini, hem de bunları açıklamasını bekliyorlar. Yapılan çalışmalar itibarıyla takip ediyor, geç kalan kurumları sorguluyorlar... Özellikle hepimizden derinden yaralanan deprem gibi bir afet sonrasında sahada olmayan, desteğini göstermeyen kurumlar ciddi anlamda pazar payı ve itibar kaybedecekler.

## HIZ, SAMİMİYET, KOORDİNASYON

Pek çok kurum destek veriyor ama bazılarını plana çıkarıyor, niçin?

Bu konuda hız, koordinasyon ve samimiyetin önemli olduğunu düşünüyorum. Deprem ardından ilk gün sahaya inen Koc, Sebancı, Eczacıbaşı, P&G, LC Waikiki, Kışık, Koton gibi kurumlar tüketicinin algısında farklı bir yer kazandılar. Depremzedelere ulaşmak için en gerekli olan iletişim desteğini günlerce veremeyen telekomünikasyon şirketleri ise sıradakiydiler. Bundan sonraki süreçte gerçek ihtiyaçlara odaklanarak, depremzedelere uzun süreli destek olan, bölgede kalıcı çözümler üreten, 'mis gibi' yapışmayan kurumlar diğerlerinden ayrılacak. Bu konuda doğru iletişimin de önemi büyük... Kurumlar yaptıkları çalışmaların kamuoyu ve hedef kitlelerine en doğru ve yalın biçimde aktarmaları, başkalarına da örnek olmalıdır.

## DOĞRU YÖNLENDİRMELER

Depremi ilk gündünden beri aktif bir şekilde kurumlarla bilgi akışı sağlayan ve "Deprem Destek Rehberi"ni hazırlayan Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) Başkanı İpek Özgüden, "İletişimde üç süreç çok önemlidir. Öncesi, sırası ve sonrası. Öncesi aşaması yani risk yönetimi aşamasını geride bırakık. Kriz anı ile ilgili çalışmalar yapıyor ama sonrası için de tüm özel ve kamu kurumlarının hazırlık yapması, kriz planlarında bütünsel afet yönetimini ve koordinasyonu başlıklarının mutlaka yer alması gerekiyor. Bu kapsamda kurumlara doğru yönlendirilmelerde bulunmaya özen gösteriyoruz. Akademik dünya, sektör profesyonelleri, kamu ve yerel yöneticiler ile işbirliği içerisinde toplumsal farkındalığı artırmaaya odaklanacağız" diyor.



## SOSYAL SORUMLULUK ARZU ÇEKİRGE PAKSOY

Mail: arzu.paksoy@post3.com.tr  
YouTube: Arzucekirgepaksoy  
Instagram: @kurumsalsosyalsorumluluk

## EN ÖNEMLİSİ ORGANİZASYON

Kurumlar afetzedelere desteklerini içeren yarıda TIR'ı bölgeye gönderiyor. Ancak esas iş ondan sonra başlıyor. Gönüllüler tarafından büyük bir özenle hazırlanan yardımların, gerçek ihtiyaç sahiplerine, koordineli bir şekilde dağıtılması gerekiyor. Bu konuda bölgede AFAD ile koordinasyon içinde çalışan Abbap ve



İpek Özgüden

İhtiyaç Haritası gibi STK'ların genel gönüllü desteğine ihtiyaç var. Kurumlarda saha ekiplerinin yönetilmesi, organizasyonu konusunda çalışanlar ile uzman etkinlik ve iletişim birimleri, stratejik planlama konusunda görev üstlenebilirler. Sanki gibi genel merkezi afet bölgesinde olan kurumlar deprem yardımının ulaştırılması ve gönüllülerin organizasyonu için bölgesel koordinasyon merkezi olabilirler... Depremi etkilediği bölgelerin yeniden inşası ve depremzedelerin yeniden hayata döndürülmesi uzun zamana yayılacağı düşünüldüğünde, kurumlara desteklerinin de zamana yayılması ve yıllık planlama içine alınması önemlidir.

## NELER YAPILMALI?

- ▶ TUSİAD, TOBB, TÜRKONFED gibi iş dünyasının çatı örgütleri yol haritası hazırlayarak, orta ve uzun vade için planlama yapmalı, kurumların bölgede üstleneceği sorumlulukları, ilerdeki uzun süreli yardımları koordine etmeli.
- ▶ Bölgesel bir afet sonrasında kurumsal rekabet değil, el ele vermek ön planda olmalı.
- ▶ Stratejik planlama, kriz yönetimi, iletişim konusunda uzman kurumlar depremin yaralanan sınıflarına iş ortaklarıyla birlikte aktif görev almalı.
- ▶ Sektörel kurumlar sinerji içinde kalıcı çözümler üretmeli.
- ▶ Kurum CEO'ları ve üst yönetimleri toplumsal dayanışmalarını göstermeli, örnek olmalı, çalışanlara bizzat liderlik etmeli.
- ▶ Markalar rekabete özele girmeye teşimadan dayanışma göstermeli.
- ▶ Kurumlar önümüzdeki aylarda yapacakları lansmanlar, sponsorluklar ve pazarlama çalışmalarını için ayırdıkları bütçelerini depremin yaralanan sınıflara ve kamuoyunda farkındalık yaratmak için değerlendirmeli.
- ▶ Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını depreme hazırlık ve ilk yardım eğitimi, toplumsal bilinçlendirme, arama kurtarma ekipleri oluşturulması, afet koordinasyonu konularına yoğunlaşmalı.
- ▶ Afetlere müdahale konusunda eğitimli kurumsal gönüllülük ekipleri, mahallelerde acil destek üniteleri ve deprem ekipleri oluşturulmalı.
- ▶ Özellikle televizyonda ve sosyal medyada deprem eğitimi veren bilgiler sürekli olarak yayınlanmalı, kurumlar bunların finansmanına destek olmalı.
- ▶ İhtisaklardan itibaren afetlere karşı bilinçlendirme ve hazırlık için dersler olmalı.
- ▶ Çocukları ve gençleri bilinçlendirmeye yönelik eğitim sosyal sorumluluk çalışmaları artmalı.
- ▶ Sivil toplum kuruluşlarının devlet kurumları ile etkin koordinasyon içinde çalışması sağlanmalı.
- ▶ Bilimsel çalışmalar, eğitim, kontrol, organizasyon, gönüllülük ve afete müdahale çalışmalarına tek çatı altında toplanan Deprem Bakanlığı kurulmalı...

**Biz bir deprem ülkesiyiz, bu süreci unutmadan yaşamalıyız. Daha fazla vakit kaybetmeden, bilimin ışığında, seferberlik ruhuyla geleceğe hazırlanmalıyız. Bugün değilse ne zaman?**

## “AFET YÖNETİMİNDE HALKLA İLİŞKİLERİN ROLÜ VE İŞLEVI” ÇALIŞTAYI SONUÇ BİLDİRİSİ YAYINLANDI

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD), İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü ile İstanbul Aydın Üniversitesi Afet Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi (AFAM) iş birliğiyle, 9 Haziran 2023 tarihinde İstanbul Aydın Üniversitesi Halit Aydın Kampüsünde düzenlenen “Afet Yönetiminde Halkla İlişkilerin Rolü ve İşlevi” başlıklı çalıştayın sonuç bildirisi yayınlandı.

Devamı için; <https://www.tuhid.org/afet-yonetiminde-halkla-iliskilerin-rolu-ve-islevi-calistayi-sonuc-bildirisi-yayinlandi.html>





## BLOOMBERGHTV REKLAMARKASI PROGRAMI

Bloomberg HT Ender Merter ile Reklam Arkası Programına konuk olduk.

MEDYA YANSIMALARI

**ENDERMERTERİLE**  
**REKLAMARKASI**  
cuma 12.30

Programda bu hafta TÜHİD 50 yaşında konusunu konuşuyor.

Ender Merter soruyor, TÜHİD Türkiye Halkla İlişkiler Derneği Yönetim Kurulu Başkanı, ON İletişim Marka ve İletişim Danışmanlığı Ajansı Başkanı Ipek Özgüden Özen ve TÜHİD Türkiye Halkla İlişkiler Derneği Yönetim Kurulu Üyesi, Effect BCW CEO Gonca Karakaş yanıtıyor.

Ipek Özgüden Özen

Gonca Karakaş

2021 Kristal Elmas - Yılın En İyi Reklam Pazarlama Programı Ödülü  
2020 İMA Sektöre Özel Katkı Ödülü  
2019 Media Summit 400. Yayın Ödülü  
2018 3rd Mood Awards  
2017 MediaCat Felis  
2017 Altın Pusula Ödülü  
2015 İZ Ödülü  
2014 Kırmızı Elma Ödülü  
2013 Kırmızı Elma Ödülü

endermerterilereklamarkasi

**ENDERMERTERİLE**  
**REKLAMARKASI**  
cuma 12.30

Programda bu hafta Halkla İlişkilerin değişimi, dönüşümü konuşuluyor.

Ender Merter soruyor, TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı, On İletişim Ajansı Başkanı Ipek Özgüden Özen ve TUHİD ve KİD Başkan Yardımcısı, Opet Sürdürülebilirlik ve Kurumsal İletişim Grup Müdürü Ayşenur Aydın yanıtıyor.

Ipek Özgüden Özen

Ayşenur Aydın

2022 Karier ve Teknoloji Zinesi Yılın En İyi Marka Pazarlama Programı Ödülü  
2021 Kristal Elmas - Yılın En İyi Reklam Pazarlama Programı Ödülü  
2020 İMA Sektöre Özel Katkı Ödülü  
2019 Media Summit 400. Yayın Ödülü  
2018 3rd Mood Awards  
2017 MediaCat Felis  
2017 Altın Pusula Ödülü  
2015 İZ Ödülü  
2014 Kırmızı Elma Ödülü  
2013 Kırmızı Elma Ödülü

Türkiye'nin Ekonomi Platformu TV • Radyo • Web

Bloomberg





## MARKALARIN GÖRÜNMEYEN KAHRAMANLARI: HALKLA İLİŞKİLER UZMANLARI BASIN BÜLTENİ

Bir markanın, kurumun, kişinin profesyonel iletişimi ve itibar yönetimini, stratejik bir plan çerçevesinde yürüten “**halkla ilişkiler uzmanları**”, aslında görünmeyen kahramanlar.

Üniversitelerde ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde verilen “Halkla İlişkiler” eğitimini kimler alabilir, eğitim sonrasında nerelerde çalışma imkanları bulunabilir, öğrenciler bu alanda kendini nasıl yetiştirebilir? Tüm bu soruların yanıtını vermek üzere görüşlerini paylaşan **Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) Yönetim Kurulu Başkanı İpek Özgüden Özen**, tercih dönemindeki gençlere şu tavsiyelerde bulundu:

Devamı için; <https://www.tuhid.org/markalarin-gorunmeyen-kahramanlari-halkla-iliskiler-uzmanlari.html>







**İPEK ÖZGÜDEN ÖZEN**  
Türkiye Halkla İlişkiler Derneği  
(TÜHİD) Yönetim Kurulu Başkanı

## GELECEĞİ KORUMAK İÇİN, EYLEME GEÇMEK İÇİN EN BÜYÜK GÜÇ İLETİŞİMDE...

İş Dünyası ve Sürdürülebilirlik Kalkınma Derneği Rehberi'nde sürdürülebilirlik; en basit şekli ile "herhangi bir şeyin belli bir süre boyunca azalmadan kalabilmesi" olarak tanımlanıyor.

### TÜHİD, Altın Pusula'da 10 yıldır "UNDP Özel Ödülü" veriyor

TÜHİD, 2012 yılından bu yana Altın Pusula'da Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı - UNDP iş birliğiyle ekonomik, sosyal, kültürel, toplumsal ve çevresel sürdürülebilirlik kriterlerini en iyi ele alan projeye "UNDP Özel Ödülü" veriyor. Bu yıl da onuncu defa "sürdürülebilir kalkınmayı" içeren projeye UNDP Özel Ödülü takdim edilecek.

Ayrıca, Hedefler İçin İş Dünyası Platformu (Business For Goals) ile yapılan işbirliği neticesinde ekonomik, sosyal, kültürel, toplumsal ve çevresel sürdürülebilirlik kriterlerini en iyi ele alan, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile uyumlu iş modeline "B4G Özel Ödülü" 2022 yılında ikinci defa takdim edilecek.

### ALTIN PUSULA'DA UNDP ÖDÜLÜ KAZANAN PROJELER:

#### 11. Altın Pusula UNDP ÖZEL ÖDÜLÜ

TURKCELL GLOBAL BİLGİ ERZURUM ÇAĞRI MERKEZİ: EKONOMİK ETKİ DEĞERLENDİRME ÇALIŞMASI  
TURKCELL

#### 12. Altın Pusula UNDP ÖZEL ÖDÜLÜ

KADIN ÇALIŞANLAR İÇİN MARKA ŞİRKET OLMAK  
BOYNER HOLDING

Rehberde yer alan sürdürülebilirliğin tarihsel adımlarında sürdürülebilirlik kavramını modern anlamıyla tarihte ilk kez 17. yüzyılda Alman muhasebeci ve maden işletmecisi Hans Carl von Carlowitz kullanmış. Saksonya eyaletindeki madenlerde kullanılan kerestelerin temini için orman alanlarında büyük tahribatların oluştuğunu fark eden Carlowitz, bilimsel araştırmalarının neticesini ormancılık özelinde yazdığı "Sylvicultura Oeconomica" isimli eserinde bir araya getirmiş. Kereste hasadından ağaçların yetiştirilmesine, toprağın uygun biçimde hazırlanmasından tohum ve fidanların bakımına kadar uzanan kapsamlı çalışması, sürdürülebilirlik ilkelerinin, ismiyle özdeşleşmesini sağlamış.

**Sürdürülebilir kalkınma; bugünün ihtiyaçlarını, gelecek kuşakların da kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılamak anlamına geliyor.**

Sürdürülebilir kalkınma; değerlerinin ve doğal kaynakların savurganlığa yol açmayacak biçimde akılcı yöntemlerle, bugünkü ve gelecek kuşakların hak ve yararları da göz önünde bulundurulacak kullanılması ilkesinden özveride bulunmaksızın

Sürdürülebilir kalkınma; değerlerinin ve doğal kaynakların savurganlığa yol açmayacak biçimde akılcı yöntemlerle, bugünkü ve gelecek kuşakların hak ve yararları da göz önünde bulundurulacak kullanılması ilkesinden özveride bulunmaksızın

gelişmenin sağlanmasını amaçlayan bir dünya görüşü.

Sürdürülebilir kalkınma gündemine dünya barışını, güvenliğini korumak ve uluslararası ekonomik, toplumsal ve kültürel bir iş birliği oluşturmak için 1945 yılında kurulan uluslararası bir örgüt olan Birleşmiş Milletler öncülük ediyor.

Sürdürülebilir Kalkınma, en yaygın kullanımıyla gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılayabilme imkânlarını tehlikeye

sokmadan bugünkü kuşakların ihtiyaçlarını karşılamak anlamına geliyor. Çevre ve toplum sorunlarına, iklim değişikliğine stratejilerinde yer vermenin öncelikli olduğu yeni bir dünya düzeni ile karşı karşıyayız. İçinde bulunduğumuz dönem, şirketlerin sadece mal ve hizmet üretimi ve satışı ile finansal başarı elde etmelerinin yeterli bulunmadığı, aynı zamanda çevreye ve insana duyarlı iyi birer kurumsal vatandaş olmalarının ve iyi kurumsal yönetim uygulamalarının ilke edinmelerinin de beklendiği küresel bir dönüşüm sürecindediriz.



### SEKTÖR ÖNGÖRÜLERİ



İpek Özgüden Özen

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği Yönetim Kurulu Başkanı  
ipek.ozguden@oniletisim.com

## "BENİM" DEVRİ SONA ERDİ...

2023 yılı ülkemizin ve dünyanın en zor yıllarından birisi olarak tarihe geçti. Deprem felaketiyle başlayan 2023 yılı, masumların, çocukların ölümüne neden olan savaşlarla acılarla, kaygılarla dolu bir yıl oldu. "Benim" diyerek başkalarının haklarına ve alanlarına saygı duymayanların, sayılara odaklanıp, değerlerini, yolunu, güvencerini kaybedenlerin, kendini yukarıya çıkarmak için karşısındakini değersizleştirilenlerin, daha fazla, daha çok, daha ben baskılarıyla koşulsuz başarı, hep başarı diyerek çevresindekilerin sürdürülebilir anksiyete yaşamasına, zarar görmesine neden olanların geride kaldığı yıl oldu 2023.

Vizyonu, kültürü, amacı, stratejisi, empatisi, değerleri varsa hesap veren; çalışanlarına, paydaşlarına, topluma fayda sağlayan; bugün aldığı kararlarla ve aksiyonlarla sorumluluk alanların, günlük bireysel başarıları ve hırsları değil geleceği düşünenlerin, "Biz" diyenlerin geleceğe yürüyebildiği, ekosistemi taşıdığı bir yıl oldu 2023. Cumhuriyetimizin 100. yılıyla Cumhuriyet değerlerini hatırladığımız, ortak duygularla bulduğumuz, seferberlik ruhunu yeniden hatırladığımız bir yıl oldu. Kurumların güvenliğini, itibarını, kimliğini, kültürünü, krizini, amacını, marka iletişim süreçlerini yöneten bir yönetim fonksiyonu olan halkla ilişkiler, "Ağzı ile kuş tutmanın hiçbir zaman yetmediği", takdir ve teşekkürün en az verildiği, her gün her saat, her an, o an, hemen, şimdi zaman diliminde zamansız bir meslek. Kurumların sosyal değerlerinin, itibarlarının, güvenlerinin koruma kalkını halkla ilişkiler ve iletişim yönetimi. İleriyi gitmenizi sağlayan itici gücünüz... Günümüzde halkla ilişkiler profesyonellerinin sadece iletişim dinamiklerini bilmeleri yetmiyor. Önce iyi insan olmaları ve iletişim kültürüne kendilerinden başlamaları gerekiyor. "Her şey mübah" diyerek kendi krizine kendisi neden olanlara, uzmanlığı, yetkinliği olmadan iletişim koltuklarına oturanlara baskı kurarak, mobbing yaparak bir yere varlamayacağımızı anlatmamız gerekiyor. İletişim öyle bir güç ki bir organizasyonun ya tıkanmasına ya da ilerleyerek büyümesine neden olabiliyor. Gizli birer kahraman gibiyiz. Kırmızı buton, kırmızı telefon sürekli alarmda. Her şeyin cevap anahtarını, birleştirici, bütünleştirici bir güç, halkla ilişkiler ve iletişim yönetimi. Değerinin, ederinin, konumunun daha da yükselmesi en büyük dileğimiz. Bunun için bizim de yetkinliklerimizi daha da artırmamız gerekiyor.

### Yeniden başlıyoruz!

TÜHİD'in Türkiye Büyük Bölge Temsilcisi olduğu uluslararası halkla ilişkiler ve iletişim yöne-

timi derneklerinin konfederasyonu Global Alliance tarafından küresel ölçekte yapılan Halkla İlişkiler ve İletişim Yetkinlikleri araştırması, ülkemizdeki yetkinlikleri saptamak için Prof. Dr. Serra Gürpe ve Prof. Dr. Burcu Öksüz Hocalarımız tarafından yapıldı. Araştırmayla mesleğimizin dönüşüm yolculuğunda yetkinliklerimizin neler olması gerektiğine ve Türkiye'deki halkla ilişkiler ve iletişim profesyonellerinin geleceğine de ışık tutulmuş oldu. Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) tarafından desteklenen işveren, iletişim profesyoneli ve akademisyen odaklı gruplarla üç aşamada gerçekleştirilen araştırma; kurumlar, markalar, akademik dünya ve STK'lar için halkla ilişkiler ve iletişim yönetimi fonksiyonunu yeniden tanımlıyor. Çalışma Türkiye'de halkla ilişkilerin iletişimsel ve örgütsel yeteneklerinin öne çıktığını söylüyor. Ayrıca halkla ilişkiler ve iletişim yönetiminin teknik bir görev değil, bir yönetim görevi olarak görüldüğünü gösteriyor. Dünyadaki her türlü gelişmeyi takip ederek, kurumun ve iletişim uygulamalarının bu değişimlere uyum sağlamasını sağlamak en önemli yetkinlik olarak kabul ediyor. Halkla ilişkiler ve iletişim yönetimi profesyonellerinin kurumsal amaçlar doğrultusunda iletişim stratejileri geliştirebilmeleri, stratejik planlar yapabilmeleri ve uygulayabilmeleri, kurum itibarını yükseltebilmeleri, risk ve krizleri yönetebilmeleri, dünyadaki gelişmeleri takip edebilmeleri ve uyum sağlayabilmeleri, paydaşlarla iyi ilişkiler geliştirebilmeleri, iletişimi bütünsel olarak yönetebilmeleri, iletişim kanallarını doğru şekilde kullanmaları, sürdürülebilir kalkınma amaçları için çalışmaların en önemli görülen yetkinlikler. Yetkinlikleri üç bölüme ayıran araştırmada Türkiye'de halkla ilişkiler ve iletişim profesyonellerinin öncelikli gördüğü iletişim, organizasyonel ve profesyonel yetkinlikleri tanımlanıyor.

### İletişim Yetkinlikleri

- İletişim stratejilerini kurumsal amaç ve değerlerle uyumlu hale getirmek.
- İletişim sorunlarını proaktif olarak belirlemek ve çözmek.
- İletişim stratejileri ve taktiklerini destek-

**NASIL BİR EKONOMİ GAZETESİ ZİYARETİ**





**DÜNYA GAZETESİ 8 MART DÜNYA KADINLAR GÜNÜ ETKİNLİĞİ**

TEMSİLİYETLER

Dünya Gazetesi



**EKOTURK TV CESUR ADIMLAR PROGRAMI**

MEDYA YANSIMALARI

**CESUR ADIMLAR** | 5.ŞUBAT / CUMARTESİ  
SAAT: 17:00



**MERT AYDINER**  
GİRİŞİMCİ MENTORU VE  
DAVRANIŞSAL EKONOMİ YAZARI

**İPEK ÖZGÜDEN ÖZEN**  
TÜHİD - TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER  
DERNEĞİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI

**EKOTÜRK**

 mertaydinerofficial





**SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, İLETİŞİM  
VE HALKLA İLİŞKİLER**



**İPEK ÖZGÜDEN ÖZEN**  
Türkiye Halkla İlişkiler Derneği Başkanı  
ON İletişim

11 Ocak 2021

Betül Mardin Seminerleri | bilgiPR PUBL/CA | 444 0 428 | www.bilgi.edu.tr | İstanbul Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi

**Betül Mardin Seminerleri**

DEĞİŞEN DÜNYADA  
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLETİŞİMİ

**İPEK ÖZGÜDEN**  
ON İLETİŞİM AJANS BAŞKANI  
TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ BAŞKANI

12:30 -12:45

Sürdürülebilirlik  
İletişimi Nasıl Olmalı?

Betül Mardin Seminerleri | bilgiPR PUBL/CA | 444 0 428 | www.bilgi.edu.tr | İstanbul Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi

## GLOBAL MARKETING SUMMIT KATILIMI

TÜHİD, Global Marketing Summit'de "İletişimde Değişim ve Dönüşüm / Geleceğin İletişimi Nasıl Olacak?" paneli ile izleyicilerle buluştu.



**GLOBAL MARKETING**  
SUMMIT & EXHIBITION  
18-21 October 2022

**AGENDA MARKETING 5.0**  
SUSTAINABLE BUSINESS  
3D VIRTUAL EXPERIENCE

**İletişimde Değişim ve Dönüşüm / Geleceğin İletişimi Nasıl Olacak?**  
19 Ekim | Saat : 14.00 - 14.40



**İPEK ÖZGÜDEN**, TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı, ON İletişim Ajans Başkanı  
**AYŞENUR AYDIN**, OPET Sürdürülebilirlik ve Kurumsal İletişim Grup Müdürü, KİD, TÜHİD Yönetim Kurulu Üyesi ve Başkan Yardımcısı  
**GÖKHAN ŞENGÜL**, İGA Kurumsal İletişim Direktörü, TÜHİD Yönetim Kurulu Üyesi  
**SEVİL WITTMANN**, Beymen Group Kurumsal İlişkiler ve İletişim Direktörü  
TÜHİD Yönetim Kurulu Üyesi

[globalmarketingsummit.org](http://globalmarketingsummit.org)

19.YILINDA SUNAR  
**K R E A** **M.I.C.E.**  
Meeting • Incentive  
Congress • Event

**0 OTURUM + 200+ KONUŞMACI + 50.000+ KATILIMCI**



## İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERLE SEKTÖR BULUŞMASI

TEMSİLİYETLER

**Halkla İlişkiler ve Tanıtım Öğrencileri Sektörle Buluşuyor**

**İpek Özgüden ÖZEN**  
ON İletişim Ajans Başkanı &  
Türkiye Halkla İlişkiler Derneği  
Yönetim Kurulu Başkanı

**Doç. Dr. Deniz AKBULUT**  
İletişim Fakültesi  
Halkla İlişkiler ve Tanıtım  
Bölüm Başkanı

**HALKLA İLİŞKİLERİN GELECEĞİ**

Atölye Aydın'ın Katkılarıyla...

Etkinliğimiz Tv Stüdyosu ve Youtube Kanalından **Hibrit** Olarak Gerçekleştirilecektir.

 11:00  25 Kasım 2022  
Cuma  Tv Stüdyosu  
@iaüpratolyesi

DÜZENLEYEN: İAÜ İLETİŞİM FAKÜLTESİ / HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ

  iaupratolye  iaupratolyesi  iaü-pr-atölye  www.pratolye.com



**YARATICI ENDÜSTRİLERDE  
TASARIMIN ROLÜ  
ÇALIŞTAYI**

DESIGNHUB-IST Tasarım, Eğitim ve Uygulama Merkezi  
& YEKON İstanbul Yaratıcı Endüstriler Merkezi

**YARATICI ENDÜSTRİLERDE  
TASARIMIN ROLÜ**

ULUSLARARASI PANEL & DİSİPLİNLERARASI ETKİLEŞİM ÇALIŞTAYI

20 Ocak 2023 Cuma, 09:30 – 12:30 | Kadir Has Üniversitesi & Zoom (Hibrid Toplantı)



Eberhard SCHREMPF  
Creative Industries Styria  
Genel Müdür



David KUSUMA  
WDO-Dünya Tasarım Örgütü  
Başkanı



Sertaç ERSAYIN  
YEKON ve ETMK Başkanı,  
WDO YK Üyesi



Arhan KAYAR  
YEKON Başkan Yardımcısı  
İSTAV Başkanı



Banu MANAV  
DESIGNHUB-IST Proje Genel Koordinatörü  
KHAS Üniversitesi  
Sanat ve Tasarım Fakültesi Dekanı



Hakan SEKMEN  
IDEALIST İç Mimarlık Derneği  
Başkan Yardımcısı



Özlem KAYA  
Moda Tasarımcıları Derneği  
Başkanı



Özgen Osman DEMİRBAŞ  
FMV İğak Üniversitesi  
Sanat, Tasarım ve  
Mimarlık Fakültesi Dekanı



İpek ÖZGÜDEN ÖZEN  
Türkiye Halkla İlişkiler Derneği  
Başkanı

## FOR GOOD DAYS ETKİNLİĞİ

For Good Days etkinliği, Ailem.com ev sahipliğinde bugün GoodSpaces'te gerçekleşti.

Yaratıcı Endüstrilerin İyileştirici Gücü paneli TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı İpek Özgüden Özen moderatörlüğünde YEKON Başkanı Sertaç Ersayın ve YEKON Başkan Yardımcısı Arhan Kayar'ın katılımıyla gerçekleşti

for good days<sup>®</sup>  
by ailem

"Yaratıcı Endüstrilerin İyileştirici Gücü"

21 Mart

**İpek Özgüden Özen**  
TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı

@forgooddayss etkinliği,  
21 - 22 Mart tarihlerinde GoodSpaces'te düzenleniyor.

Alanında önde gelen uzmanların panelleri ve atölyelerden oluşan etkinlikte

"Yaratıcı Endüstrilerin İyileştirici Gücü" Paneli TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı @ipek\_ozguden moderatörlüğünde @yekonorg Başkanı @sertacersayin ve YEKON Başkan Yardımcısı @arhankayar 'ın katılımıyla gerçekleşecek.

for good days<sup>®</sup>  
by ailem

"Yaratıcı Endüstrilerin İyileştirici Gücü"

21 Mart

**Sertaç Ersayın**  
YEKON Başkanı, ETMK Başkanı

for good days<sup>®</sup>  
by ailem

"Yaratıcı Endüstrilerin İyileştirici Gücü"

21 Mart

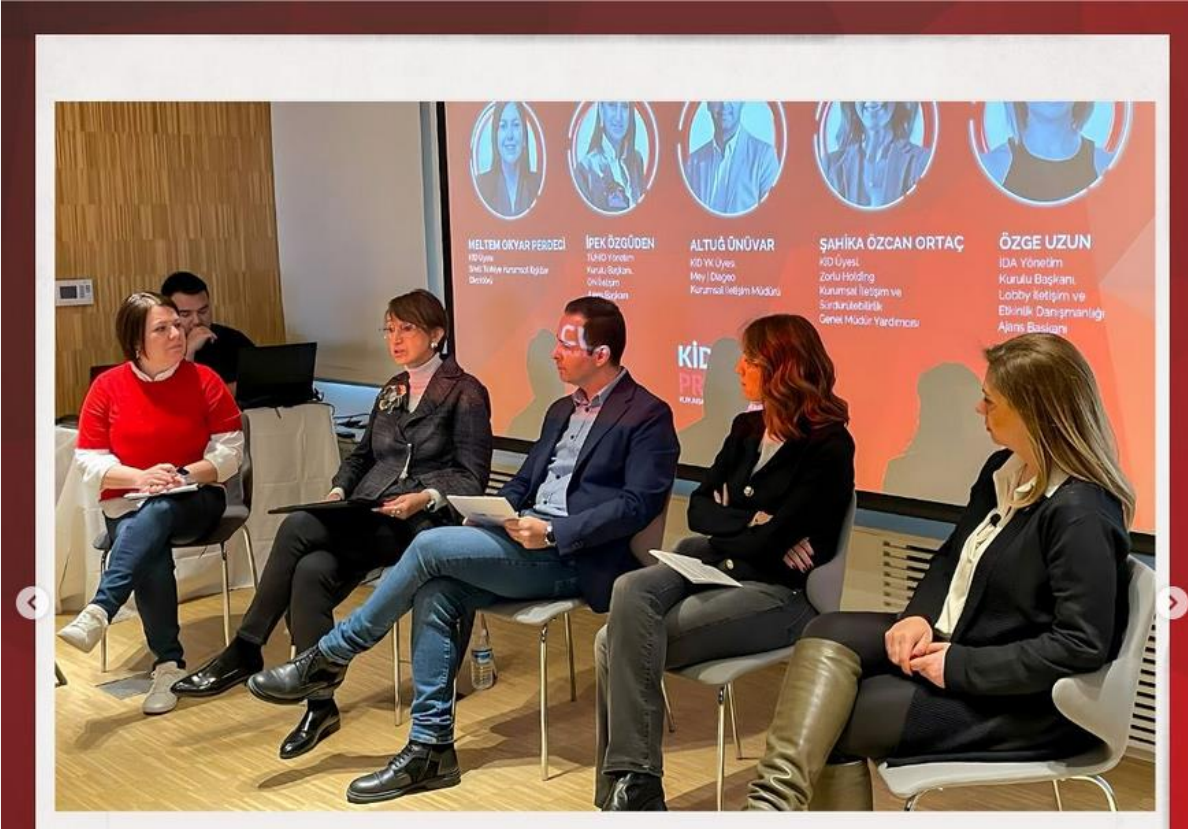
**Arhan Kayar**  
TAV Kurucusu, YEKON Başkan Yardımcısı

goodspaces<sup>®</sup>



## KID PROCLASS

TÜHİD Başkanı İpek Özgüden Özen'in de eğitimciler arasında yer aldığı Türkiye'nin önde gelen CCO'ları (Chief Communication Officer), akademisyenler, danışmanlar, konunun uzmanı kişiler ve iş dünyasından profesyoneller ile genç yeteneklerin katılımıyla gerçekleşti.



**KID**  
**PROCLASS**  
KURUMSAL İLETİŞİM SERTİFİKA PROGRAMI

19 Oturum 41 CCO,  
akademisyen  
ve danışman

ile 8 Şubat'ta başlıyor.

Hemen kayıt olmak için bize ulaşın.

[kid@kid.com.tr](mailto:kid@kid.com.tr)

0212 282 57 83

**KID**  
KURUMSAL İLETİŞİMLER DERNEĞİ



## SOSYAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PLATFORMU

Sosyal Sürdürülebilirlik Platformu tarafından, Galatasaray Üniversitesi ev sahipliğinde Çırağan Kampüsü'nde düzenlenen Sosyal Sürdürülebilirlik Oturumu'na konuk olduk.



### SOSYAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK OTURUMU

TARİH: 2 NİSAN SALI 2024 YER: GALATASARAY ÜNİV.  
SAAT: 13:30 / 16:30 - 50 DAKİKALIK 3 PANEL



**NASIL BİR EKONOMİ -SOSYAL ETKİ ZİRVESİ**  
**30 MAYIS 2024**

Sosyal Etki Yaratıcılar = Sosyal Girişimciliğin  
Toplumların Değişimine Etkisi

Moderatör TÜHİD - Türkiye Halkla İlişkiler Derneği YK  
Başkanı İpek Özgüden Özen

Konuşmacı TEV - Türk Eğitim Vakfı Genel Müdürü Banu  
Taşkın

Konuşmacı TEGV - Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı  
Genel Müdürü Sait Tosyalı

Konuşmacı Anadolu Vakfı Genel Müdürü Evrim Hizaler

Konuşmacı Esas Holding Kurumsal İlişkiler Direktörü,  
TOBB - Türkiye Odalar Borsalar Birliği Genç  
Girişimciler Kurulu Danışmanı Berrak Kutsoy

**PANEL:**  
**SOSYAL ETKİ**  
**YARATANLAR**  
**=**  
**SOSYAL**  
**GİRİŞİMCİLİĞİN**  
**TOPLUMLARIN**  
**DEĞİŞİMİNE**  
**ETKİSİ**



**PANEL**  
**MODERATÖRÜ**  
**İPEK ÖZGÜDEN ÖZEN**  
TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ  
TÜHİD- BAŞKAN

**SOSYAL**  
**ETKİ**  
**ZİRVESİ**  
SOSYAL  
FABRİKA  
TOPLUMAL GÖRÜŞÜN PLATFORMU





**SEDEFED BULUŞMALARI**



**MESLEKİ VE TEKNİK EĞİTİM  
GENEL MÜDÜRLÜĞÜ, T.C.  
ÇALIŞMA VE SOSYAL  
GÜVENLİK BAKANLIĞI MESLEKİ  
EĞİTİM FORUMU**



**ART&TECH for GOOD SUMMIT 2022**



**TKSD DERNEĞİ GREEN  
TALKS&DRINKS ETKİNLİĞİ**

**BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ TARAFINDAN DÜZENLENEN  
“HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ DIŞ PAYDAŞ ÇALIŞTAYI”**

**BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ  
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ**  
**Dış Paydaş Çalıştayı**

**Moderatör:**  
**Doç. Dr. Kıvılcım Romya Bilgin**  
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölüm Başkan Yardımcısı

**Serap Şahin Durak**  
Pozitif PR Ajansı Kurucusu  
TÜHİD Yönetim Kurulu Üyesi

**Sevda Solak**  
TimePR Kurucusu ve Ajans Başkanı  
TÜHİD Yönetim Kurulu Üyesi

**Serhat Özkütükcü**  
Denove Halkla İlişkiler ve İletişim Danışmanlık  
Ajans Başkanı- TÜHİD Yönetim Kurulu Üyesi

**3 NİSAN 2023 | 11:00**



## TÜSİAD ZİYARETİ

### TEMSİLİYETLER

TÜHİD Yönetim Kurulu adına Başkan İpek Özgüden Özen ve Yönetim Kurulu Üyesi Sevda Solak, TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan'ı ziyaret etti. Toplantıda iş dünyası ve iletişim sektörünü bir araya getirebilecek projeler, sivil toplumun güçlenmesi ve topluma değer yaratacak çalışmaların önemi ele alındı.



## TÜSİAD YÖNETİMDE KADINLARIN EŞİT TEMSİLİ İÇİN PAYDAŞ ÇALIŞTAYI 2 TEMMUZ 2024

TÜSİAD'ın yönetimde kadın oranının somut hedeflerle artırılması için iş birliklerini konuşmak üzere düzenlediği "TÜSİAD Yönetimde Kadınların Eşit Temsili için Paydaş Çalıştayı"nda ilgili sivil toplum kuruluşları ile bir aradaydık.

TEMSİLİYETLER





**ANTALYA HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ TÜHİD BULUŞMASI**

TEMSİLİYETLER





## EGD ve İDA TOPLANTILARI

EGD-Ekonomi Gazetecileri Derneği, TÜHİD-Türkiye Halkla İlişkiler Derneği ve İDA-İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği olarak başta afet iletişimi yönetimi olmak üzere medya ve halkla ilişkiler sektörü özelinde değerlendirme toplantısı.



## GAP SOSYAL INVEST PROJE ÇALIŞTAYI-ŞANLIURFA

TÜHİD Yönetim Kurulu Üyeleri, 'GAP Sosyal Invest' programına destek olmak ve bölgenin kalkınmasına yönelik projelerle ilgili görüşlerini sunmak amacıyla Şanlıurfa'yı ziyaret ederek, çalıştaya katıldı.

TEMSİLİYETLER



## GAP SOSYAL INVEST PROJESİ - TÜHİD ZİYARETİ

'GAP Sosyal Invest' programı çerçevesinde GAP Heyeti, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Şanlıurfa, Mardin, Adıyaman, Şırnak, ve Gaziantep'ten proje sahibi STK, Üniversite ve Belediyelerden yetkililer TÜHİD'i ziyarete geldi. Karşılıklı görüş alışverişinde bulunduğumuz verimli bir toplantı gerçekleştirdik.





**TÜHİD - TÜRKİYE GAZETECİLER  
CEMİYETİ ZİYARETİ**



**TÜHİD - MARKETING TÜRKİYE ZİYARETİ**

TEMSİLİYETLER



**TÜHİD - MEDIACAT PELİN ÖZKAN ZİYARETİ**





## CUMHURİYETİMİZİN 100. YILINDA İLETİŞİMİ TASARLAYANLAR

Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen "Cumhuriyetimizin 100. Yılında İletişimi Tasarlayanlar" panelinin "Halkla Münasebetten İlişki Yönetimine, Türkiye'de Halkla İlişkiler" Paneline katıldık.



## YTOLK #2 SARININ İZİ, MARKA İLETİŞİMİNDE SANAT İLE İZ BIRAKMAK ETKİNLİĞİ

TEMSİLİYETLER

**BÜLENT FİDAN**  
KONUŞMACI  
MARKA KONSEYİ BAŞKANI  
BRANDMAP GENEL YAYIN YÖNETMENİ  
TREND ANALİSTİ

**DOÇ. DR. DENİZ AKBULUT**  
KONUŞMACI  
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER  
VE TANITIM BÖLÜM BAŞKANI

**YTOLK#2**  
**SARININ İZİ**  
**MARKA İLETİŞİMİNDE**  
**SANAT İLE İZ BIRAKMAK**

**6 ARALIK ÇARŞAMBA**  
**16.00**  
**BOMONTIADA GALLERY**

**SERAP ŞAHİN DURAK**  
KONUŞMACI  
TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ  
NETİM KURULU ÜYESİ

**SERHAT ÖZKÜTÜKCÜ**  
MODERATÖR  
İLETİŞİM DANIŞMANI

TÜRKİYE'DE 60. YIL YTONG





Yaşar Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü'nün "Karadeniz Vapuru Seyr-i Türkiye Projesi ile Atatürk'ün Halkla İlişkilerci Rolü" temasıyla gerçekleştireceği PR Talks Paneli, TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı İpek Özgüden Özen'in de katılımıyla gerçekleşti.



The poster features a central theme of the 100th anniversary of the Republic of Turkey, with a silhouette of Atatürk and the text "100 TÜRKİYE CUMHURİYETİNİN YÜZÜNCÜ YILI". The event title is "Karadeniz Vapuru Seyr-i Türkiye Projesi ile Atatürk'ün Halkla İlişkilerci Rolü", scheduled for 21 Aralık 2023, 10.30-12.30. The speakers are İpek Özgüden Özen (TUHİD Yönetim Kurulu Başkanı, On İletişim Ajansı Başkanı), Doç. Dr. Ufuk Erdem (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi), and Soner Sevgili (Karadeniz Seyr-i Türkiye Belgeseli Yönetmeni). The moderator is Prof. Dr. Özlem Alıkuç (Yaşar Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öğretim Üyesi). Logos for PR TALKS, YAŞAR ÜNİVERSİTESİ, and TÜHİD are present. Contact information for Microsoft Teams is provided at the bottom right.

**PR TALKS**  
Yaşar Üniversitesi İletişim Fakültesi  
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü

**100**  
TÜRKİYE CUMHURİYETİNİN YÜZÜNCÜ YILI

**YAŞAR ÜNİVERSİTESİ**  
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü

**Karadeniz Vapuru Seyr-i Türkiye Projesi  
ile Atatürk'ün Halkla İlişkilerci Rolü**  
21 Aralık 2023  
10.30-12.30

**İpek Özgüden Özen**  
TUHİD Yönetim Kurulu Başkanı  
On İletişim Ajansı Başkanı

**Doç. Dr. Ufuk Erdem**  
Ankara Hacı Bayram Veli  
Üniversitesi İletişim Fakültesi  
Öğretim Üyesi

**Soner Sevgili**  
Karadeniz Seyr-i Türkiye  
Belgeseli Yönetmeni

**Moderatör:**  
**Prof. Dr. Özlem Alıkuç**  
Yaşar Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla  
İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öğretim Üyesi

Microsoft Teams:  
Toplantı Kimliği: 376 247 997 463  
Geçiş kodu: kHeKsK



## İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ - TÜRKİYE'DE HALKLA İLİŞKİLER VE GAZETECİLİK İLİŞKİSİ: SORUNLAR VE ÇÖZÜMLER" ÇALIŞTAYI

İstanbul Aydın Üniversitesi ev sahipliğinde düzenlenen; Türkiye'de Halkla İlişkiler ve Gazetecilik İlişkisi: Sorunlar ve Çözümler" başlıklı çalıştay gerçekleşti.

Halkla ilişkiler ve gazetecilik meslekleri arasındaki ilişkinin boyutları ile dönüşen medya yapısı ve yeni gelir modelleri konuşuldu.

The poster features a blue and white geometric design. At the top right, it includes the Istanbul Aydın University logo and '20 Yıl' anniversary text. The main title is in bold blue letters. Below the title, it states the organizers: 'İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım & Gazetecilik Bölümleri'. The poster lists several partner organizations: TÜHİD (Türkiye Halkla İlişkiler Derneği), İF (İletişim Fakültesi), KİD (Kommunikation Kette), İF (İletişim Fakültesi), İDA 20 (İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği), TGS (Türkiye Gazeteciler Sendikası), and EGD (Eğilimler ve Çözümler Derneği). The event date and time are '7 Mart 2024, 9.30-16.00'. The location is 'İstanbul Aydın Üniversitesi, Florya Yerleşkesi D Blok, Oval Salon (Kapalı Oturum)'.



**İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ - TÜRKİYE'DE HALKLA İLİŞKİLER VE GAZETECİLİK İLİŞKİSİ:  
SORUNLAR VE ÇÖZÜMLER" ÇALIŞTAYI**

TEMSİLİYETLER



## AFAD İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ DEĞİŞİKLİĞİ ANTALYA PAYDAŞ KATILIM ÇALIŞTAYI

TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı İpek Özgüden Özen'in de konuşmacı olduğu, T.C. İçişleri Bakanlığı Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı, Risk Belirleme ve Önlem Dairesi tarafından yürütülen, "Türkiye'de İklim Değişikliğinden Kaynaklanan Afet Risklerinin Azaltılması ve Uyum Konusunda AFAD'ın Kapasitesinin Artırılması Teknik Destek Projesi" kapsamında "Antalya Paydaş Katılım Çalıştayı» 21 Mart 2024 tarihinde Antalya'da düzenlendi.





## TÜHİD'İN TEMSİL EDİLDİĞİ DİĞER ETKİNLİKLER

**TÜHİD olarak yıllar içinde birçok etkinliğe katılarak sektörümüzü temsil ediyoruz.**

Bu etkinliklerden bazıları;

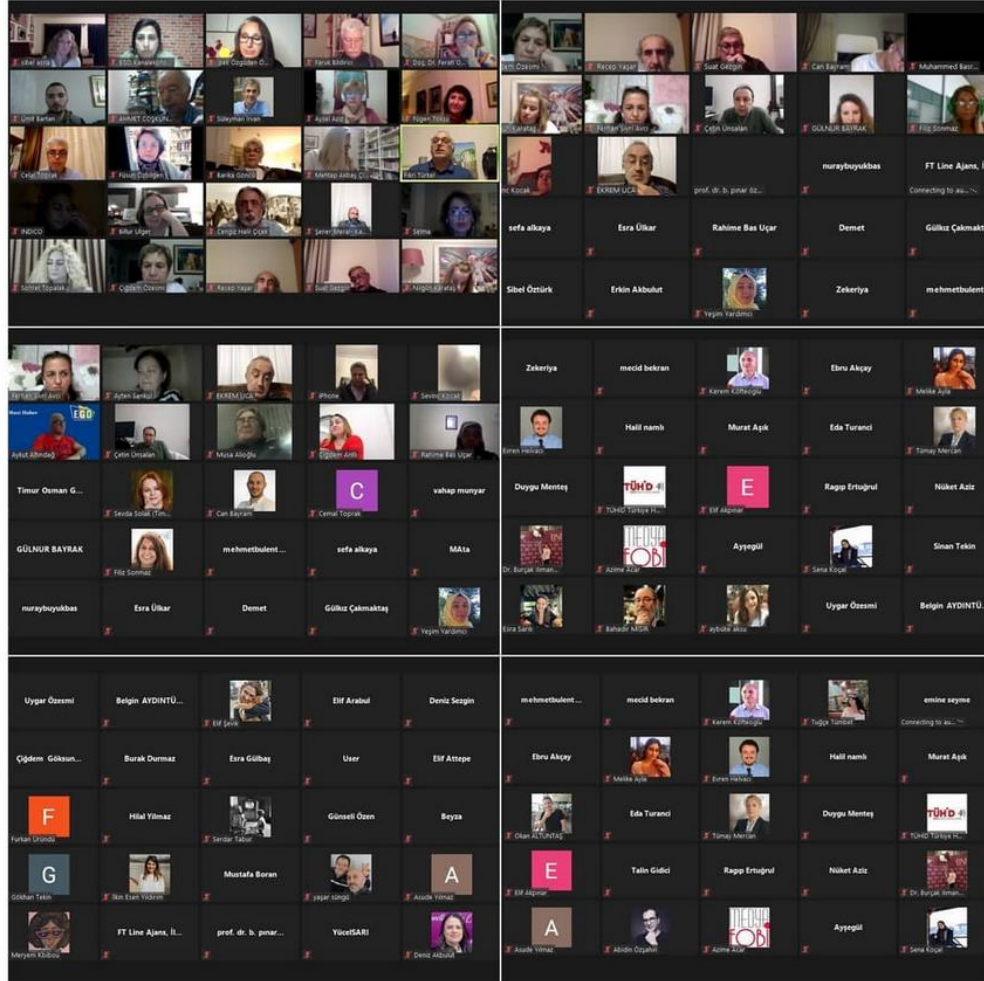
- TÜRKONFED-SEDEFED Rekabet Kongresi, Global Compact Türkiye Kadının Güçlenmesi Çalışma Grubu,
- Prof. Dr. Alâeddin Asna Anısına "Yeni Zamanlar ve Halkla İlişkiler" Konferansı,
- Brandverse Awards,
- MediaCat Felis Ödülleri,
- Ekonomi Gazetecileri Derneği Etkinlikleri,
- RepMan Forum
- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Etkinlikleri,
- Global Compact Genel Kurulları,
- MediaCat Etkinlikleri
- Dünya Gazetesi Toplantıları
- Bilgi Üniversitesi Cumhuriyetin 100.Yılı Semineri

## EKONOMİ GAZETECİLERİ DERNEĞİ- EGD TOPLANTILARI

Ekonomi Gazetecileri Derneği-EGD ve Türkiye Halkla İlişkiler Derneği-TÜHİD yönetimlerini temsilen bir araya geldiğimiz toplantımızda İletişim ve Medya İlişkileri Yönetiminde Mesleki İlkeler özelinde çalışmalar



**EKONOMİ GAZETECİLERİ DERNEĞİ- EGD TOPLANTILARI**



"Pandemi ile Birlikte İletişimde Yeni İş Yapış Biçimleri, Değerler, Yeni Yol Haritası" toplantısı



HALKLA İLİŞKİLERDE KARIYER

“Halkla İlişkilerde  
Kariyer” Söyleşisi



TÜHİD Connect yeniden başlıyor! 26 Mayıs'ta Üniversite Gençliği ile Halkla İlişkilerde Kariyeri konuşuyoruz.

Tarih: **26 Mayıs 2022** | Saat: **20:00**

Konuşmacılar:



**Ajansta İletişim Kariyeri**

**İpek Özgüden Özen**

TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı ve  
On İletişim Ajans Başkanı



**Kurumda İletişim Kariyeri**

**Bahar Erbenği**

TÜHİD YK Üyesi ve Doğuş Grubu  
Kurumsal İletişim Bölüm Başkanı



**İletişimde Kariyer için Tüyolar**

**Duygu Erzurumlu**

Akkök Holding &  
Akenerji CHRO

Moderasyon:



**Sevda Solak**

TÜHİD YK Üyesi, TÜHİD Genç  
Çalışma Grubu Lideri ve  
TimePR Ajans Başkanı



**Elmas Nida Baykal Alkan**

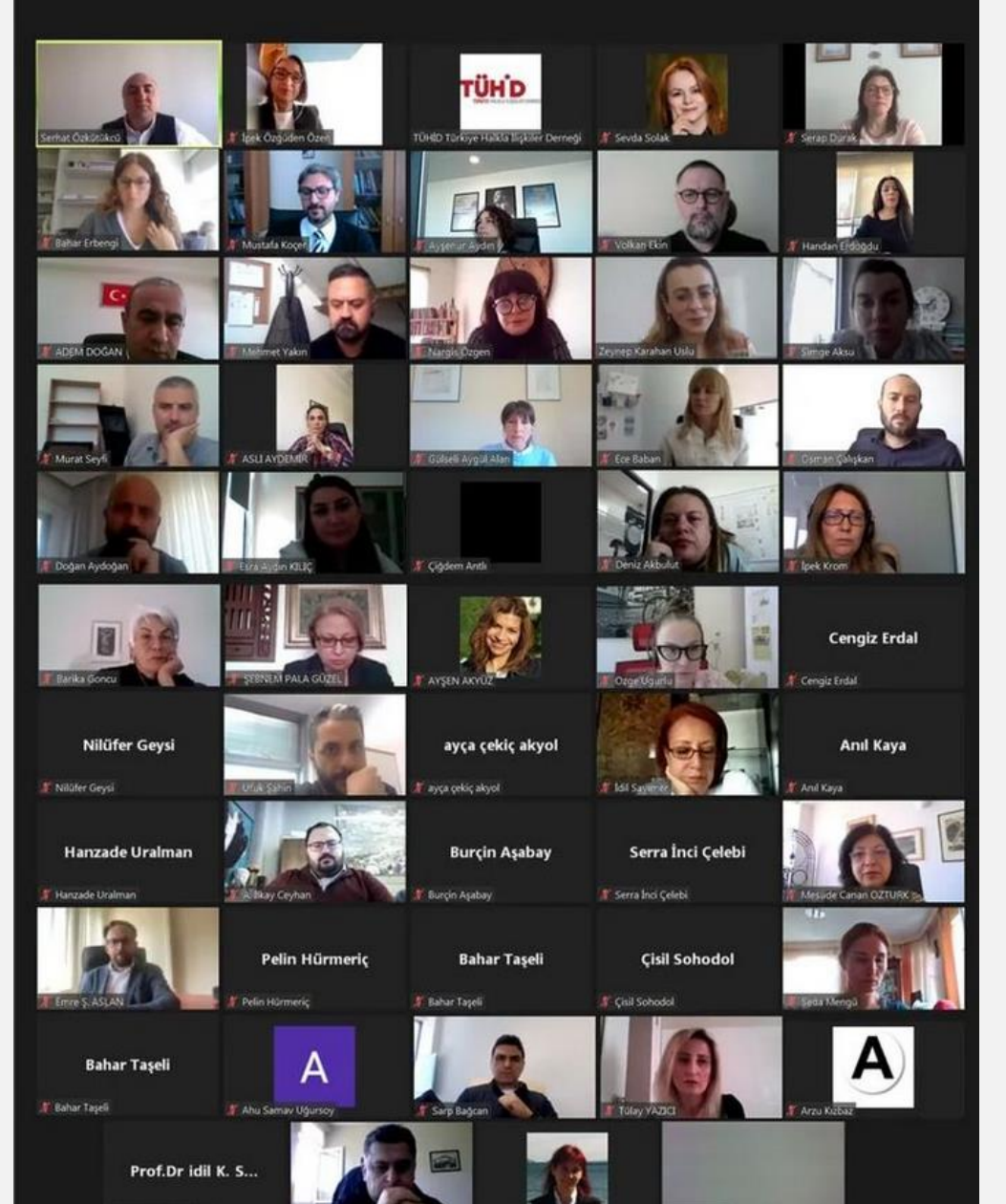
TÜHİD Genç Çalışma Grubu  
Eş Lideri ve omg!medya  
Ajans Başkanı



## ÜYELER VE İLETİŞİM FAKÜLTESİ BÖLÜM BAŞKANLARI BULUŞMALARI

TÜHİD ile İletişim Fakülteleri Halkla İlişkiler Bölüm Başkanları, Halkla İlişkiler mesleğinin Türkiye'deki gelişimine birlikte katkıda bulunmak ve işbirliklerini geliştirmek için ilk toplantılarını gerçekleştirdi...

•



## TÜHİD CONNECT İZMİR BULUŞMASI

TÜHİD Connect kapsamında Üyemiz Gizem Dağ ve GDZ Elektrik ev sahipliğinde; TÜHİD Yönetim Kurulu Başkanı İpek Özgüden Özen, Yönetim Kurulu Üyeleri Serap Şahin Durak ve Handan Erdoğan'ın katılımıyla, Ege bölgesinde yer alan üyelerimiz, sektör profesyonellerimiz, akademisyenlerimiz, genç iletişimcilerimiz ve STK temsilcilerimiz ile bir araya geldi.





## İLETİŞİM FAKÜLTELERİ VE MESLEK YÜKSEKOKULLARI

TÜHİD, bütün iletişim fakülteleri ile iş birliği içinde bulundu. Genç iletişimciler ve öğretim üyeleri ile çalışmalar paylaşıldı ve bilgi akışı sağlandı.

Etik Kurallar, Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödülleri, TÜHİD çalışmaları konusunda sürekli bilgi verildi. İletişim Fakülteleri bir plan dahilinde ziyaret edildi ve genç iletişimcilerle buluşularak iletişim eğitimleri programına katkı ve mesleki iş birliği sağlandı. Ayrıca, iletişim eğitimlerinin sektöre uyumluluğu konusunda da TÜHİD yine danışılan noktada yer almaya devam etmektedir.

## İLETİŞİM FAKÜLTELERİ VE MESLEK YÜKSEKOKULLARI

### Maltepe Üniversitesi Jüri Toplantısı



Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Festivali kapsamında Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) Yönetim Kurulu Başkanı İpek Özgüden Özen Tarafından "Sürdürülebilirlik İletişimi" Semineri verildi.





## İLETİŞİM FAKÜLTELERİ VE MESLEK YÜKSEKOKULLARI

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi



## İLETİŞİM FAKÜLTELERİ VE MESLEK YÜKSEKOKULLARI

Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi





## İLETİŞİM FAKÜLTELERİ VE MESLEK YÜKSEKOKULLARI

İstanbul Kent Üniversitesi İletişim Fakültesi

**Kent Konuşmaları**

İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ  
Geleceğin En Kente

kent pradv  
İstanbul Kent Üniversitesi

**İletişimde Kariyer  
Yolculuğu**

**İpek ÖZGÜDEN ÖZEN**  
Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) Başkanı

Doç. Dr.  
**A. İlkkay Ceyhan**  
İstanbul Kent Üniversitesi  
(Moderatör)

**13 Mayıs 2024  
11.10-12.10**  
Kağıthane Kampüsü,  
Z003



İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ  
Geleceğin En Kente

İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ  
Kariyer Gelişim ve Mezunlar Ofisi

kent pradv  
İstanbul Kent Üniversitesi

— İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ —

**3. KARIYER  
GÜNLERİ**

13 MAYIS, 2024 | 17 MAYIS, 2024  
İSTANBUL KENT ÜNİVERSİTESİ, KAĞITHANE KAMPÜSÜ

**70+**  
Konuşmacı

**40+**  
Marka/Kurum

**Sportif ve  
Eğlenceli  
Aktiviteler**

Etkinlik dış  
katılımcıya açıktır.

Tüm üniversite öğrencilerine  
ücretsizdir.

Katılımcılara e-devlet üzerinden  
katılım belgesi verilecektir.

Düzenleyen  
İstanbul Kent Üniversitesi,  
Kariyer Gelişim ve Mezunlar Ofisi,  
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü,  
Kariyer ve Gelişim Kulübü

FORM LİNKİ





## GLOBAL ALLIANCE İLETİŞİM YETKİNLİKLERİ ARAŞTIRMASI TÜRKİYE

Tevhide SerraGörpe,, University of Sharjah (U.A.E.) ve Burcu,Öksüz, Izmir Katip Celebi University (Turkey) tarafından yürütülen İletişim Yetkinlikleri Türkiye Araştırması sonuçlandı.

Global Alliance Global Capability Framework Prof. Ann Gregory (Huddersfield Üniversitesi, İngiltere) tarafından yönetilen bir projedir ve şu ana kadar Arjantin, Avusturya, Kanada, Singapur, Güney Afrika, İspanya, İsveç, Birleşik Krallık, ABD ve BAE gibi pek çok ülkede farklı araştırmacılar tarafından halkla ilişkiler ve iletişim yetkinlikleri araştırılmıştır (<https://www.globalalliancepr.org/capabilitiesframeworks>).

Türkiye’de yürütülen araştırma Prof. Dr. Serra Görpe ve Prof. Dr. Burcu Öksüz tarafından yürütülmekte ve Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) tarafından desteklenmektedir.

İletişim, organizasyonel, profesyonel yetkinlikler analizi yapıldı.

Araştırma sunumu yapılacak

## İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERNEĞİ - İLEDAK İŞ BİRLİĞİ



TÜHİD, İletişim Araştırmaları Derneği tarafından iletişim eğitiminin yükseköğretim düzeyinde kalitesini sağlamak ve iş hayatının ihtiyaç ve talepleriyle buluşturmak için kurulan İletişim Eğitimi Değerlendirme Akreditasyon Kurulu - İLEDAK'da görev aldı.

## İLETİŞİM TEMALİ DİĞER TOPLANTILAR

İletişim fakültelerinden gelen bütün talepler değerlendirilerek genç iletişimcileri bilgilendirecek konferans, panel vs. talepler gerçekleştirildi ve iletişim anlatıldı.

Milli Eğitim Bakanlığının meslek liselerindeki halkla ilişkiler - iletişim bölümlerinin yapılandırılması konusunda destek olundu. Ayrıca, "İletişim" temalı birçok jüri ve toplantıya katılmaya devam edilmektedir.



## SEKTÖREL İŞ BİRLİKLERİ

TÜHİD ulusal ve uluslararası iletişim sektörünün farklı özellikteki yan disiplinlerinin tamamıyla iletişim ve iş birliği içerisindedir. TÜHİD'in iş birliği içinde olduğu sektör örgütleri şöyle;



### IPRA - ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ

TÜHİD Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği - IPRA'nın düzenlenen "Beyond Identity: New Frontiers in Branding" - Kimliklerin Ötesinde: Markalaşmada Yeni Sınırlar konferansına katılım gerçekleştirdi. Ayrıca, IPRA'nın Türkiye'de gerçekleşen 2014 devir teslim törenine de iştirak edildi. Ayrıca geçmiş dönemlerde TÜHİD iş birliğiyle IPRA Genel Kurulu Türkiye'de yapılmış, uluslararası iş ve iletişim dünyası ile Türk iş dünyasının bir araya gelmesi sağlanmıştır.

## SEKTÖREL İŞ BİRLİKLERİ



### **GLOBAL ALLIANCE FOR PUBLIC RELATIONS AND COMMUNICATION MANAGEMENT'**

Global Alliance, dünyanın en büyük halkla ilişkiler ve iletişim yönetimi dernekleri ve kurumları Konfederasyonudur. Dünyada 126 ülkede 280.000 üzerinde uygulayıcıları ve akademisyenleri temsil eder. Global Alliance'ın misyonu, halkla ilişkiler mesleğini birleştirmek, tüm dünyada mesleki standartları yükseltmek, üyelerinin yararına bilgi paylaşmak ve kamu yararına halkla ilişkilerin küresel sesi olmaktır.

## SEKTÖREL İŞ BİRLİKLERİ

İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği  
Communication Consultancies Association of Turkey

ida

### İDA - İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI ŞİRKETLERİ DERNEĞİ

İDA ile ortak platformlarda mesleğimizi ve sektörümüzün gelişimi ve temsili konularında bir arada ve iş birliği içerisindeyiz.



### KİD - KURUMSAL İLETİŞİMCİLER DERNEĞİ

KİD ile ortak çalışmalarda iletişim sektörünün büyümesi hedefiyle iş birliği halindeyiz.



### Antalya Halkla İlişkiler Derneği

Halkla İlişkiler Derneği ile işbirliği ve dayanışma içindeyiz.



### AHİD - ANKARA HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ & BHİD - BURSA HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ

AHİD & BHİD ile mesleki iş birliği ve dayanışma devam ediyor.



## MEDYA SEKTÖRÜ İŞ BİRLİKLERİ

|                |  |
|----------------|--|
| <b>TGC</b>     | Türkiye Gazeteciler Cemiyeti                   |
| <b>EGD</b>     | Ekonomi Gazetecileri Derneği                   |
| <b>İMD</b>     | İnternet Medyası Derneği                       |
| <b>ESAMDER</b> | Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği           |
| <b>MGD</b>     | Magazin Gazetecileri Derneği                   |
| <b>RTGD</b>    | Radio Televizyon Gazetecileri Derneği          |
| <b>TESİYAP</b> | Televizyon ve Sinema Filmi Yapımcıları Birliği |
| <b>TSYD</b>    | Türkiye Spor Yazarları Derneği                 |
| <b>BMD</b>     | Bilişim Medyası Derneği                        |

## İŞ DÜNYASI İŞ BİRLİKLERİ

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>TOBB</b>      | Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Türkiye Medya ve İletişim Meclisi |
| <b>TÜSİAD</b>    | Türk Sanayicileri Ve İş İnsanları Derneği                            |
| <b>UNDP</b>      | Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı                                |
| <b>KAGİDER</b>   | Türkiye Kadın Girişimciler Derneği                                   |
| <b>TÜRKONFED</b> | Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu                            |
| <b>SEDEFED</b>   | Sektörel Dernekler Federasyonu                                       |
| <b>KalDer</b>    | Türkiye Kalite Derneği   |

DİĞER  
İŞBİRLİKLERİ

**DİĞER İŞ BİRLİKLERİ**

**BİROY**

Sinema Oyuncuları Meslek Birliği

**DPİD**

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği

**ETMK**

Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu

**GMK**

Grafikerler Meslek Kuruluşu

**İLAD**

İletişim Araştırmaları Derneği

**İRD**

İzmir Reklamcılar Derneği

**İSTAV**

İstanbul Sanat Tanıtım Araştırma Vakfı

**MTD**

Moda Tasarımcıları Derneği

**RD**

Reklamcılar Derneği

**RVD**

Reklamverenler Derneği

**RY**

Reklam Yapımcıları Derneği

**RYD**

Reklam Yaratıcıları Derneği

**SSTD**

Sergileme ve Stand Tasarımcıları Derneği

**YEPUD**

Yaratıcı Etkinlikler Planlama ve Uygulama Derneği

**YEKON**

Yaratıcı Endüstriler Derneği

**Marka Konseyi**



## DİĞER İŞBİRLİKLERİ



İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği  
Communication Consultancies Association of Turkey

ida



TURKONFED



TUSİAD

YEKON  
Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği

ekonomi gazetecileri derneği  
egd.



RVD  
REKLAMVERENLER DERNEĞİ



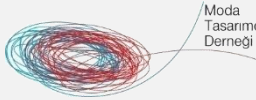
SE  
DE  
FED



grafik tasarımcılar  
meslek kuruluşu



İLETİŞİM  
ARAŞTIRMALARI  
DERNEĞİ  
1989



RY  
REKLAM  
YAPIMCILARI  
DERNEĞİ  
TÜRKİYE



TSYD



YARATICI ETKİNLİKLER  
YEPUD  
PLANLAMA ve UYGULAMA  
DERNEĞİ

## GENÇ TÜHİD

TÜHİD, iletişim profesyoneli olmak isteyen gençlere destek olmak, iletişim ağlarını genişletmek, mesleki duayenlerle bir arada olmalarını sağlamak, mesleki fırsatlar sunmak ve iletişim sektörünü güçlendirmek amacıyla, 30 yaş altı gençleri, derneğe üye olmaya davet etti. Genç iletişimcilerden TÜHİD'e üyelik talepleri alınarak, balotaj kuruluna iletilmektedir.



**TÜHİD 30 YAŞ ALTI  
GENÇ İLETİŞİMCİLERİ  
ÜYELİĞE DAVET EDİYOR**

**TÜHİD**  
TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ

**altınpusula**  
Türkiye  
Halkla İlişkiler Ödülleri

TÜHİD – Türkiye Halkla İlişkiler Derneği  
Serencebey Yokuşu Huzur Palası Apt.  
No:11 D.2 34353 Beşiktaş İstanbul  
T: 0212 258 0207 F: 0212 261 5344  
www.tuhid.org / www.altinpusula.org

## DERNEKLER MASASI İLE İLETİŞİM

Her derneğin çalışma sürecinde destek hizmet alması ve sorumluluklarını yerine getirebilmesi için görevlendirilmiş olan İstanbul İl Dernekler Müdürlüğü ile iletişim sürekli devam etmektedir. TÜHİD, beyanname verme yükümlülüğünü periyodik olarak zamanında gerçekleştirmektedir.

## İŞ MAHKEMESİ GÖRÜŞ BEYANI

İletişim alanında görülen davalar için mahkemeler tarafından TÜHİD'den talep edilen resmi görüşler cevaplandırılmıştır.

## SEKTÖR YAYINLARI

MediaCat, Marketing Türkiye, Brand Map, The Brand Age, Campaign Türkiye, Platin, Ekonomist, Capital gibi sektörün önemli yayın organları ve online yapılar dahil olarak TÜHİD ile her zaman iş birliği halinde olmuşlardır. Altın Pusula çalışmalarını desteklemişlerdir. İletişim faaliyetlerinin aktarılmasına yardımcı olmaktadır. Marketing Türkiye, MediaCat gibi sektör dergileri için yayınlanan yıllık çalışmalara; halkla ilişkiler sektörünün gelişimi, geldiği nokta ve gelecek yıllarda öngörülen gelişimi hakkında görüşler paylaşılmıştır.





## TÜHİD İLETİŞİM KANALLARI

### TÜHİD

Web Sitesi

[www.tuhid.org](http://www.tuhid.org)

Facebook

[www.facebook.com/tuhidd](http://www.facebook.com/tuhidd)

Twitter

[www.twitter.com/tuhid](http://www.twitter.com/tuhid)

Instagram

[www.instagram.com/tuhidd](http://www.instagram.com/tuhidd)

Linkedin

[www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)

YouTube

[www.youtube.com/tuhidd](http://www.youtube.com/tuhidd)



### ALTIN PUSULA ÖDÜLLERİ

Web Sitesi

[www.altinpusula.org](http://www.altinpusula.org)

Facebook

[www.facebook.com/altinpusulahalklailiskilerodulleri](http://www.facebook.com/altinpusulahalklailiskilerodulleri)

Twitter

[www.twitter.com/altinpusulaodul](http://www.twitter.com/altinpusulaodul)

Instagram

[www.instagram.com/altinpusulaodulleri/](http://www.instagram.com/altinpusulaodulleri/)