

**1. Organizasyon Yeri :** Gazi Üniversitesi Mühendislik Fakültesi, Akademi Salonu/Ankara **Tarih:** 20-23 Mart 2013

**2. Ana Tema:** MARKA

**3. Organizasyon Amacı:** Gazi Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü ve Endüstri Topluluğu olarak ana temamız "Marka"yı çok farklı, zengin, keyifli ve kuşatıcı bir işleyişle ele alıyor ve **"Markaya hiç bu açıdan bakılmadığını"** iddia ediyoruz. Markaya dair ilginç başlıklarla örgülediğimiz ve özgün mottolarımızla desteklediğimiz programımızın işleneceği etkinliğimiz çerçevesinde ağırlayacağımız; her biri alanında **"Marka İsimler"** olan konuşmacılarımızla, marka hakkında çok şey öğrenmek isteyen değerli katılımcılarımızı bir araya getirmek amacımızdır. Marka birçok deseni içinde barındıran, çok renkli ve çok parçalı bir konu... Adeta devasa bir puzzle; ancak bir o kadar da kolay şekillendirilebilecek ve herkesin zihninde ayrı hatlara bürünecek bir kavram: tıpkı lego parçalarıyla kendi hayal dünyanıza ve birikiminize göre istediğiniz şekillere hayat vermek gibi. Etkinliğimiz bu iki yönü de bünyesinde barındırıyor ve katılımcılarının hayatına "Marka Değeri" katacağı bir platform oluşturmayı hedefliyoruz.

**4. Ana Konular:** Özellikle "Marka Ülke Türkiye" ve "Marka Değerleri" konularının altı çizilirken; ulusal ve küresel aktörlerin markalaşma politikalarını ne derece etkin ve verimli bir şekilde uyguladıkları da gündeme alınacaktır. Ülkelerin, firmaların ve hatta kişilerin günümüz şartlarında, mutlaka taşıması gerektiğine inanılan: "Marka Değeri" kavramı çok yönlü ve derinlemesine ele alınacaktır.

**5. Katılımcı Profili:** Geleceği imar edecek gençler olarak işe bugünden başlıyoruz. Bugünün patronlarıyla; onların müstakbel arkadaşları olacak, farkındalık sahibi ve fark yaratacak **dünya gençleri** olarak bir araya geliyoruz. Bu ülkeler; Azerbaycan, Bosna&Hersek, Karadağ, Makedonya, Pakistan, Ukrayna. Ülke çapındaki tüm üniversitelerden ve yurt dışından gelecek genç arkadaşlarımız, katılımcı profilimizin genelini teşkil etmektedir. Ancak konusu gereği 9. Verimlilik Günleri bu yıl, "Markaya ilgi duyan herkes" için ev sahipliği yapmaya hazırlanıyor.

#### **6. Konuşmacılar:**

Fatoş KARAHAŞAN: Bilgi Üniversitesi Reklamcılık Bölümü Öğretim Üyesi/Milliyet Gazetesi Yazarı

Rüzgar Mira OKAN: Kişisel Marka ve İmaj Danışmanı

Baybars ALTUNTAŞ\_ TBAA-Melek Yatırımcılar Derneği Kurucusu,EBAN(European Business Angels Network/Avrupa Melek Yatırımcılar Ağı Yönetim Kurulu Üyesi

Fügen TOKSÜ\_ Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD)Başkanı

Cüneyt KARAKAYA\_ Tick Tock BOOM Dijital PR& Marketing Kurucu Ortağı

Ömer Faruk ÜNAL\_ Yedi24 Şirketler Grubu Kurucu Ortağı

R. Bülent FİDAN\_ The Brand Age Dergisi Genel Yayın Yönetmeni

Bariş ORBAY\_ Arçelik A.Ş. Pazarlama Direktörü

Göksel TURAL\_ Boydak Dış Ticaret Pazarlama Müdürü

Tarkan BURAK\_ OTOKAR Pazarlama Müdürü

Berna ŞAMİLOĞLU ACAR\_ Turkcell Yeni İşler ve Girişimcilik Direktörü/Girişim Fabrikası

Fikret BALLIKAYA\_ Bilkom Satış Direktörü

Arda GENÇ\_ Defacto E-Ticaret Direktörü

Burak HATİPOĞLU\_ İnternet Yatırımları Uzmanı

Erkan TAN\_ TV8 Ankara Temsilcisi

Abdulkadir ÖZBEK\_ PDA Danışmanlık Kurucusu

Mehmet Emre DOĞRU\_ Türkiye Petrolleri Endüstri Yüksek Mühendisi

Osman ÇALIŞKAN\_ Türk Telekom İş Güvenliği Uzmanı

## **7. KONULAR VE MOTTOLAR:**

*Konu: Marka Nedir? Markaya Dair.*

*Motto: “M”arkanızdan Konuşuyoruz*

*Konu: Küresel Çapta Rüşdünü İspatlamış Markalar ve Markalaşma Hikâyeleri*

*Motto: Dünyanın “M”arkasını Topluyoruz.*

*Konu: 360 Derece İletişimin Markalara Etkileri*

*Motto: “M”arkanızda İz Bırakın.*

*Konu: Dünyanın İlk ve Tek Devlet Teşvikli Markalaşma Programı: Turquality ve Türkiye’nin Marka Değerleri*

*Motto: Markalara “M”arka Çıkan Marka ve “M”arkasına Güvendiklerimiz*

*Konu: Yeni/Eski Medya Düzeni ve Markalar Üzerinde Etkisi*

*Motto: Medyayı “M”arkanıza Alırsanız*

*Konu: Bireysel Markalaşma Harekâtı*

*Motto: “M”arkanızdan Baktırın*

*Konu: Hızla Gelişen Bilişim Teknolojisinin ve Sosyal Medyanın Markalar Üzerindeki Etkisi*

*Motto: Sosyal Medya “M”arkanızdan mı Vurur, “M”arkanızı mı Korur?*

*Konu: Yeni Medya Araçlarını Kullanarak Dijital Ortamda Marka Bilinirliği Sağlamak*

*Motto: “M”arkanızı Sanal Aleme Yaslarsanız*

*Konu: Girişimcilik ve Sermaye Desteğinin Markalaşmaya Etkileri*

*Motto: Yeter ki İsteyin, Size “M”arka Çıkanlar Var.*

*Konu: Markalar Çağında Kılavuzsuz Kalmak İstemeyenler İçin Doğru Danışmanlığın Önemi*

*Motto: “M”arkanızı Sağlama Alın*

*Konu: Halkla İlişkiler ve İtibar Yönetiminin Markalar Üzerindeki Etkisi*

*Motto: “M”arkanızdan İyi Laf Ettirin.*