

**Medya İlişkileri:**

Mitsubishi Electric Türkiye Resmi PR Ajansı

İnomist İletişim Danışmanlığı

Sibel Selvi Arslantürk [sibel@inomist.com](mailto:sibel@inomist.com)

0216 639 60 16 / 0533 441 80 33

10 Şubat 2020

**Reklamcılık sektörüne ilişkin gelişmeler İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen Dış Paydaş Toplantısı'nda masaya yatırıldı**

## **Mitsubishi Electric, Reklam ve İletişim Sektörünün Fikir Liderleri ile Bir Araya Geldi**

**Mitsubishi Electric Türkiye Reklam ve Halkla İlişkiler Müdür Yardımcısı Savaş Ceneviz, İstanbul Aydın Üniversitesi Reklamcılık Bölüm Başkanı Dr. Öğr. Üyesi Gonca Yıldırım'ın ev sahipliğini yaptığı ve İletişim Araştırmaları Derneği'nin (İLAD) katkılarıyla organize edilen Dış Paydaş Toplantısı'na katılım sağladı. Akademi-sektör ilişkisinin geliştirilmesi, sektörün akademiye olan bakış açısının yakından tanınması ve mesleki ihtiyaçlar çerçevesinde eğitim süreçlerinin değerlendirmesi amacıyla düzenlenen toplantıda teknolojinin pek çok sektörü olduğu gibi dijital medya, reklamcılık ve dijital pazarlama alanlarını da şekillendirdiğini ifade eden Savaş Ceneviz, çağı yakalamak isteyen markaların pazarlama ve reklam stratejilerini çok daha hızlı değiştirmesi ve iletişim araçlarını yeni dünyanın gerekliliklerine uygun şekilde kurgulaması gerektiğine dikkat çekti.**



Reklamcılık sektöründen alanında uzman isimler ve akademisyenler, İstanbul Aydın Üniversitesi Reklamcılık Bölüm Başkanı Dr. Öğr. Üyesi Gonca Yıldırım'ın ev sahipliğinde ve İLAD'ın katkılarıyla organize edilen Dış Paydaş Toplantısı'nda bir araya geldi. Sektörün akademiye olan bakış açısının yakından tanınması ve mesleki ihtiyaçlar çerçevesinde eğitim süreçlerinin değerlendirilmesi amacıyla düzenlenen toplantıya, Mitsubishi Electric Türkiye Reklam ve Halkla İlişkiler Müdür Yardımcısı

Savaş Ceneviz de katılım sağladı. İstanbul Aydın Üniversitesi'nin reklamcılık sektörüne nitelikli çalışanlar yetiştirmek amacıyla oluşturduğu eğitim süreçlerinin masaya yatırıldığı, yerinde uygulamalı dersler ile ilgili bilgilerin aktarıldığı, sektördeki meslek örgütleri ile kurumların beklentilerinin tartışıldığı toplantıda, reklamcılık ve iletişim eğitiminin sektörle paralel yürümesi için mevcut derslerin işleme ve aktarılma biçimleri konuşuldu. Aynı zamanda reklamcılık sektöründe yaşanan değişimler ve gelişmeler derinlemesine ele alındı.

### **Değişime ayak uydurmak şart**

Teknolojinin pek çok sektörü olduğu gibi dijital medya, reklamcılık ve dijital pazarlama alanlarını da şekillendirdiğini ifade eden Savaş Ceneviz, toplantıda dijital mecraların doğru analiz edilmesi ve stratejik iletişim araçlarının yeni dünyanın gerekliliklerine uygun şekilde

kurgulanması gerektiğine dikkat çekti. Ceneviz; “Pek çok sektörde işletmeler ve markalar çağı yakalamaya çalışıyor. Mobil kullanım ve e-ticarete de artış söz konusu. Her şeyi çok hızlı eskittiğimiz bu dönemi, “değişime zamanında ayak uydurmayan yok olur” şeklinde özetleyebiliriz. Bu süreçte markaların pazarlama, reklam ve konumlanma stratejileri eskiden olduğundan çok daha hızlı değişiyor. İletişim disiplinlerinin ve eğitim sistemlerinin de bu değişim sürecine adapte olarak geleceğin iletişim profesyonellerini dijital çağa uygun donanımda yetiştirmeleri gerekiyor.” dedi.

### **Yeni nesil eğitim içerikleri oluşturulmalı**

Yeni iletişim modelleriyle birlikte yakın gelecekte dijiPR, dijital kriz ve gündem yönetiminin daha da önemli hale gelmesinin beklendiğini söyleyen Ceneviz, bu doğrultuda müfredata kriz yönetiminin eklenmesi gerektiğine dikkat çekti. Sunum yeteneğinin kazandırılması ve kişinin kendini doğru ifade etmesi için yaratıcı drama eğitiminin de olması gerektiğini ifade eden Ceneviz, “Gelişen teknolojiyle birlikte yeni nesil derslerin müfredata kazandırılması ve öğrencilerin CRM, yazılım, kodlama gibi konularda fikir sahibi olması için temel bazda da olsa eğitim alması lazım. Ayrıca üniversitelerin reklam kampanyalarını öğrencileriyle birlikte planlaması ve tüm süreçlerde doğrudan işin içinde olmalarına fırsat tanınması gerekiyor.” dedi.

### **Reklamcılık sektörünün önemli isimleri buluştu**

Düzenlenen toplantıya iletişim fakültelerinin geliştirilmesi ve bölümlerdeki akreditasyonun sağlanması için faaliyet gösteren İLAD’ın Genel Sekreteri Füsun Özbilgen’in yanı sıra Arvak Açık hava Reklamcılığı Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Ayhan Tezcan, Havaş Cerative Group Türkiye Entegre Strateji Direktörü Ayça Çınar, Yeni Yüzyıl Üniversitesi Reklamcılık Bölümü Öğretim Üyesi Dr. Öğr. Üyesi Sevgi Nur Sadedil ve İstanbul Aydın Üniversitesi Reklamcılık Bölümü Başkanı Dr. Öğr. Üyesi Gonca Yıldırım katıldı.

### **Mitsubishi Electric Corporation Hakkında**

*Mitsubishi Electric Corporation, güvenilir ve yüksek kaliteli ürünler üretmekte 95 yılı aşkın tecrübeye sahip ve bilgi işlem ve iletişim sistemleri, uzay geliştirme ve uydu iletişimleri, tüketici elektroniği cihazları, sanayi teknolojileri, enerji, nakliye ve inşaat makinelerinde kullanılan elektrikli ve elektronik donanımların üretimi, pazarlaması ve satışında dünyadaki ileri gelen markalardan biri olarak kabul ediliyor. Mitsubishi Electric, kurumsal ilkesi “Changes for the Better” (Daha İyisi İçin Değişim) ve çevre ilkesi “Eco Changes” (Eko Değişim) doğrultusunda küresel ve önde gelen çevre dostu bir şirket olmayı ve toplumu teknolojileriyle zenginleştirmeyi hedefliyor. Şirket 31 Mart 2019’da sona eren mali yılda 4,519.9 milyar yen\* (40.7 milyar dolar) konsolide grup satışı gerçekleştirdi. Ayrıntılı bilgi için; [www.MitsubishiElectric.com](http://www.MitsubishiElectric.com)*

*\* Tokyo Döviz Borsası’nın 31 Mart 2019’da ilan ettiği 1 USD = 111 yen kambiyo kurundan hesaplanmıştır.*

### **Mitsubishi Electric’in Türkiye’deki Faaliyetleri Hakkında**

*“Evden uzaya” kadar pek çok farklı sektörde ileri teknoloji çözümleri ile öne çıkan Mitsubishi Electric’in Türkiye’deki ana faaliyet alanları; klima sistemleri, endüstriyel otomasyon sistemleri, ileri robot teknolojileri, CNC mekatronik sistemler, asansör ve yürüyen merdiven sistemleri ile görsel veri sistemlerinden oluşuyor. Potansiyeline ve gücüne inandığı Türkiye’yi önemli bir üretim üssü olarak konumlandıran Mitsubishi Electric, markanın Avrupa’daki ilk ev tipi klima fabrikası olma özelliğini taşıyan Manisa’daki dijital fabrikasında Türkiye ve Avrupa için yüksek enerji tasarruflu ve çevre dostu klimalar üretiyor. Türk sanayisinin fabrikaların dijital dönüşüm sürecine entegrasyonu için çalışan Mitsubishi Electric, otomasyon teknolojileri ile dünyanın en derin batırma tüp tüneline sahip Marmaray projesinde de dikkat çekiyor. Türkiye’de otomotiv ekipmanları, yarı iletken cihazlar, ulaştırma ve enerji sistemleri gibi pek çok farklı kulvarda da rol alan Mitsubishi Electric, kamu sistemleri alanındaki faaliyetleri kapsamında uçak ve uçuş güvenliğini artırmak amacıyla havalimanları için geliştirdiği radar teknolojisini Antalya Havalimanı’nda da uyguluyor. Uzay araştırma ve geliştirme sistemleri alanında dünyanın önde gelen üreticilerinden Mitsubishi Electric, Türkiye’nin ve komşu ülkelerin iletişim ve yayıncılık altyapısına katkıda bulunan Türksat 4A ve 4B uydularının da üreticisi konumunda. Ayrıntılı bilgi için; [tr.mitsubishielectric.com](http://tr.mitsubishielectric.com)*

**Mitsubishi Electric Türkiye Sosyal Medya Hesapları**

[linkedin.com/company/mitsubishi-electric-turkey](https://www.linkedin.com/company/mitsubishi-electric-turkey)  
[facebook.com/MitsubishiElectricTurkeyA.S/](https://www.facebook.com/MitsubishiElectricTurkeyA.S/)  
[twitter.com/MitsubishiE\\_TR](https://twitter.com/MitsubishiE_TR)  
[instagram.com/mitsubishielectricturkey/](https://www.instagram.com/mitsubishielectricturkey/)  
[plus.google.com/+MitsubishiElectricTurkey?hl=tr](https://plus.google.com/+MitsubishiElectricTurkey?hl=tr)

**Sosyal Medya İçin Hashtag**

@MitsubishiE\_TR  
#MitsubishiElectric  
#MitsubishiElectricTurkey