

Bugünün ve yarının iki önemli alanı: Halkla ilişkiler ve Reklamcılık

Üniversite tercih dönemi her yıl olduğu gibi tüm ihtişa-mıyla başladı. Aileleriyle birlikte üç milyona yakın insan bu dönemde hangi bölümde eğitim almanın iyi olacağını düşünüyor. Bende bugün adaya asla işsiz bırakmayacak bir bölümden: Halkla ilişkiler ve Reklamcılık bölümünden bahsetmek istiyorum.

SEKTÖRÜN İMTİYAZLILARI REKLAMCILAR

Sağa sola bakıyorum da bugün için faydalı gibi görünen ama aslında sadece etiket özelliği olan neşun olduktan sonra hiçbir avantajı olmayan o kadar çok bölüm var ki. Ama ne yazık ki öğrenciler bunun farkında bile değil. Mesela herkes psikoloji bölümünün sosyetik imajına takılmış durumda. Sanıyorlar ki mezun olunca hemen iş bulacaklar ama olay hiç de öyle değil. Fakat bir halkla ilişkiler eğitimi alan bir reklamcılık eğitimi alan gencin geleceği çok ama çok parlak. Bunu 2030 yılına geldiğimizde herkes çok iyi anlayacak. Mesela kendimden örnek vereyim. Otuz iki yıllık medya kariyerim var, bunun yaklaşık on beş yılı genel müdür ve CEO olarak geçti kalanı da orta düzey yönetici olarak geçti. Her defasında en iyi parayı reklamcılar kazandı. Her zaman şirketlerin en şımarık çocukları reklamcılar oldu. Her zaman onlar kral, iğenik üreticileri ise gariban oldu.



Halkla ilişkiler desanız o bambaşka bir deneyim. Bugün tüm kurumsal şirketlerin halkla ilişkiler departmanları var. Bu departmanlarda yüzbinlerce insan çalışıyor. Kurumsal halkla ilişkilerden tutun da bireysel halkla ilişkilere kadar, futboldan tutun müziğe kadar tüm ama tüm alanlarda olmazsa olmaz bir birim oldu halkla ilişkiler. Bugün halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümleri sektörde yapay zekâ kadar önemli çünkü onlar sizin gizli goküleriniz. İyi bir halkla ilişkiler uzmanı sizi uğurur herkesin sizden bahsetmesini sağlayabilir. İyi bir reklamcı ise şirketinize para getirir sizi zengin eder, eğer ajans ayağundaysa markanıza bir kampanya hazırlar dünya sizi konuşur ve milyon-cukdan saymaya başlarsınız. Futboldaki deneyimle halkla ilişkiler uzmanı asisti yapar reklamcı ise golü atar.

İşte bu yüzden bende bugün bu kadar önemli olduğunu gördüğüm bir bölümü bu alanların eğitim ayağında



Prof. Dr. Michael KUYUCU



olan bir uzmanla konuşalım dedim. İstanbul Galata Üniversitesi Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi Halkla İlişkiler Bölüm Başkanı Dr. Alper Dündar bu dünyayı ve eğitimini konuştuk.

Dr. Öğretim Üyesi Alper Dündar bize Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünü çok net bir şekilde anlattı. Burada şunu söylemek isterim ki üniversitelerde slayt okuma devrinin bitmesi lazım. Bu açıdan bakılınca Galata Üniversitesinin sektörle iç içe olan yapısı sayesinde öğrenciler bu üniversitede sürekli uygulama yapıyor. Yani sunum hazırlıyor, piyasa araştırması yapıyor yani Google'da bulabileceği bilgileri değil mezun olduktan sonra yaşayacağı hayatı deneyimliyor.

Eğitim güzel bir şey ama kılıfı de var: O da para! Bu yıl üniversiteler inanılmaz zamlar yaptı. Bazı üniversiteler bazı bölümlere öylesine zamlar yaptı ki herkes çok oldu. Ben de dostlarım iş arkadaşlarımla bu fiyatları inceledim ve inceliyorum fiyatları gördükçe de şaşıyorum. Dürüst olayım o zamlı fiyatları görünce moralim bozuktu kendimi fakir hissettim. Çok anormal zamlar yaptı vakıf üniversiteleri bu sene. Peki Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünde eğitim almak isteyenler hangi üniversiteye yıllık kaç para ödeyecek? Sizin için belli başlı üniversitelerin halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümlerinin yüzde 50 burslu peşin ödemeli bir yıllık eğitim fiyatlarını araştırdım. Karar sizin.

Üniversite	Fiyat
Nişantaşı Üniversitesi	610.500
Arel Üniversitesi	310.000
İstanbul Galata Üniversitesi	243.225
İstanbul Aydın Üniversitesi	375.000
İstanbul Gelişim Üniversitesi	407.100
Beykoz Üniversitesi	520.000
İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi	256.000
Beykent Üniversitesi	509.804
Bahçeşehir Üniversitesi	733.125
Üsküdar Üniversitesi	397.500
Yaşar Üniversitesi	535.000
Altınbaş Üniversitesi	595.000
Fenerbahçe Üniversitesi	432.000
İstanbul Ticaret Üniversitesi	550.000
İstinye Üniversitesi	420.000

İŞİN TEORİSİNİ BİLEN VE UYGULAMA İLE BÜTÜNLEŞTİREN SEKTÖR PROFESYONELLERİ YETİŞTİRİYORUZ

■ Alper Dündar kim desem?

Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümü mezunuyum. Bu süreç içinde aynı zamanda bir kamu kurumunun halkla ilişkiler departmanında ve TRT 2'de yayınlanan Kırmızı Hat programında stajyer olarak bulunarak sektörel açıdan kendimi geliştirme imkanı edindim. Lisans eğitiminden sonra yüksek lisansımı Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji bölümünde tamamladım. Daha sonra Marmara Üniversitesi Reklamcılık ve Tanıtım Ana Bilim Dalında doktora eğitimimi bitirdim. 2020 yılından beri İstanbul Galata Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünde doktor öğretim üyesi olarak çalışıyorum. 2021 yılından beri de bölüm başkanlığı görevini üstlenmekteyim.

■ Peki ya İstanbul Galata Üniversitesi?

İstanbul Galata Üniversitesi, genç ve dinamik yapıya sahip bir üniversite. Ayrıca bulunduğu yer açısından da sahip olduğu bu imajı destekleyecek bir iğenğe sahip. Bu da doğal olarak öğretim üyelerinin yapısına da yansıyor. Tecrübeli, gelişime açık ve güncel takip eden bir öğretim üyesi kadrosu var. Ayrıca üniversite atılım yapmaya istekli ve gelişime açık yapısıyla da öne çıkan bir farklılığa sahip. Öğrenci odaklı ve öğrenci memnuniyetini daha çok tercih eden bir anlayışa sahip.

■ Halkla ilişkiler ve reklamcılık eğitimi almanın avantajları nedir?

Halkla ilişkiler ve Reklamcılık bölümü her daim geçerliliği olan bir bölüm. İçinde bulunduğumuz sistemden ötürü markaların ve ürünlerin tüketilmesi ön planda yer alıyor. Burada da bunların pazarlanması önemli. Bu işi yapacak olanlar da halkla ilişkiler ve reklam uzmanları olarak öne çıkıyor. Bu durumda bu bölümü okuyan öğrencilerin önemli bir konumda yer almalarına olanak sağlıyor.

Bölüm öğretim üyeleri olarak da bizler öğrencilerin sektörel açıdan gelişimine önem veren bir odak noktasına sahibiz. Bölümümüzün temel noktası halkla ilişkiler ve reklam sektörü ile iş birliğine giren öğrencilerimizi tam donanımlı bir pr uzmanı ya da reklam uzmanı olarak konumlandırmak. Bu açıdan baktığımızda bölümün akademik kadrosu iletişimi, medyaya, reklama ve halkla ilişkiler bilen bunun yanında güncel gelişmeleri takip edip bunları kendi akademik birikimlerine yansıtan kişilerden oluşuyor. Eğitim sisteminiz sadece teori odaklı değil aynı zamanda

uygulama odaklı bir iğenğe sahip. Öğrencilerimiz ders iğenlerinde teori ile pratiği aynı anda yapma imkanlarına sahipler. Bu da nitelikli bir reklam ya da halkla ilişkiler eğitimi için ön plana çıktığımız bir unsur. Ayrıca müfredatımız da devamlı güncellenen bir yapıya sahip. Geleneksel reklam ve pr eğitimi yanında dijital ders iğenleri ve yapay zekâ iğenli dersler de müfredatımızda yer almaktadır. Bunların yanında başanlı bir reklam ya da halkla ilişkiler uzmanının toplumu, medyayı ve iğende yer aldığı sistemi de tanıması önemli. O yüzden bunları destekleyecek ders iğenlerine de müfredatımızda yer vermekteyiz.

■ Sektörde geçerliliği nedir?

Halkla ilişkiler ve Reklamcılık sektörü açısından bu işin akademik altyapısını alan kişilerin genel anlamda ön planda kendilerine yer bulacağını düşünüyorum. Çünkü temele baktığımızda reklam ve halkla ilişkilerin akademik bir perspektife dayandığını ve tarihsel süreçte geçirdikleri değişimle birlikte bunun daha ön plana çıktığını görmekteyiz. Artık yapılan çalışmalar araştırma eksenli bir yapıya sahip ve araştırma sonuçları gerçevesinde de bir reklam ya da halkla ilişkiler kampanyasının yapıldığını görmekteyiz. Hedef kitlenin belirlenmesi, iletişim mesajının oluşturulması, strateji ve yaratıcı iğenlerin sunulmasının temeli akademik bir altyapı ile iğekli.

Burada sektör profesyonellerinin sosyoloji, psikoloji, iletişim araştırması gibi alanlara genel açıdan hakim olması önemli. Bu da doğal olarak üniversitelerde halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümlerini ön plana çıkarıyor. Bizim bölüm olarak da üstünde durduğumuz bir konu bu zaten. Aynı zamanda sektör açısından güncelin takibi, dijitalleşme gibi iğenler de önemli bir yerde bulunuyor. Bütün bunların komplike bir şekilde akademik ve uygulama temelinde sunulması önemli. Bu da doğal olarak bizim halkla ilişkiler ve reklamcılık bölümü olarak odak noktamızı belirliyor. Bu sayede sektörün istediği hem işin teorisini bilen hem de bunu uygulama ile bütünleştiren sektör profesyonellerini yetistirebiliyoruz.

■ Bu bölümün mezunları nerede iş bulabilir?



Dr. Öğretim Üyesi Alper Dündar

Halkla ilişkiler ve Reklamcılık bölümü mezunlarımız kamuda yer alan halkla ilişkiler birimlerinde, pazarlama alanlarında, medya ve iletişim sektöründe, medya planlama ajanslarında, kurumsal iletişim alanlarında, firmaların reklam ve halkla ilişkiler birimlerinde, ulusal ve uluslararası reklam ve halkla ilişkiler ajanslarında çalışma imkanlarına sahiptir. Bu alanlarda pazarlama uzmanı, müşteri temsilcisi, art direktör, metin yazarı, medya planlamacı, iletişim araştırmacı, marka danışmanı, stratejik planlamacı gibi farklı ünvanlarda kendilerine yer bulabilmektedirler.

■ Tercih etmek isteyenlere önerileriniz nedir?

Halkla ilişkiler ve Reklamcılık bölümünü okumak isteyen öğrencilerimizin ilk başta bu bölümü isteyerek yazmaları önemli. Çünkü bölüme geldiklerinde okumaları, yazmaları, yaratıcı düşünceleri gerekiyor. İstanbul Galata Üniversitesinde bizim verdiğimiz eğitim standart bir iğenik olarak sadece okula gidip gelmekle istenilen düzeye ulaşacak bir yapıya sahip değil. Katılımcı bir ders anlatım iğenğine sahibiz. Öğrencilerimiz geldikleri ilk seneden başlayarak kampanya üretmek, iğenik kılmak ve sunum yapmakla mükellefler. Bir nevi geldikleri gibi kendilerini işin mutfakına sokuyoruz. Ayrıca bir an önce öğrenci kimliklerinden sıyrılıp kendilerini reklam uzmanı ya da halkla ilişkiler uzmanı olarak nitelendirmeleri önemli. Böylece aslında sadece bu kimliğe sahip olmak değil zihin olarak da bu iğenğe sahip olup kolay bir şekilde sektöre adapte olabilmeler.

Aynı şekilde bu bölüme gelecek olan öğrencilerimizin toplumu tanıması, insan psikolojisini bilmesi, sanatsal faaliyetlere, görsel sanatlara ilgi duyması da önemli. Böylece daha yaratıcı ve daha donanımlı birer reklam ya da halkla ilişkiler uzmanı olarak sektör için kendilerine yer bulabilirler. Bölümümüze gelecek olan öğrencilerimiz burada geçirdikleri zamanda kendilerini tam donanımlı bir reklam ve halkla ilişkiler uzmanı olarak görecektir ve sektör açısından da tercih edilen bir profesyonel olarak değerlendirilecektir.