İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ 2025-2026
EĞİTİM ÖĞRETİM DÖNEMİ KREATİF AJANS
KONSEPT TASARIMI HİZME ALIMI BİLGİLENDİRME
DOSYASI
Mayıs 2025

İstanbul Ticaret Üniversitesi 2025-2026 Eğitim - Öğretim Dönemi Kreatif Ajans Konsept Bilgilendirme Dosyası

MARKAMIZ

İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul Ticaret Odası Eğitim ve Sosyal Hizmetler Vakfı tarafından 2001 yılında kurulmuş olup bünyesinde 6 fakülte (İnsan ve Toplum Bilimleri, İşletme, Hukuk, İletişim, Mühendislik, Mimarlık ve Tasarım), 1 Meslek Yüksekokulu, İngilizce Hazırlık Bölümü ve 2 enstitü (Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ticaret ve Finans Enstitüsü) ile araştırma ve uygulama merkezleri yer almaktadır. Üniversitemiz, 73 öğrenci ile başladığı eğitim-öğretim hayatına 9 binin üzerinde öğrencisi ve 300'e yakın akademisyeni ile devam etmektedir.

HEDEF KİTLEMİZ

Lisans Aday Öğrenci: 17-20 Yaş, Kadın-Erkek, Bölgesel (İstanbul %80, Büyük Şehirler %10, Diğer %10), Üniversite sınavına girmeye hazırlanan, Kolej veya Anadolu Lisesi Öğrencisi, Sinemaya giden

Lisans Ebeveyn: 40-65 Yaş, Kadın-Erkek, Patronlar, İTO Üyeleri, Kitle (A+,A, AB, B+, B), Bölge(İstanbul %80, Büyük Şehirler %10, Diğer %10), Yıllık tatil yapan, sinema ve konser aktivitesine katılan, spor salonuna giden, dışarıda yemek yiyen

Lisansüstü Aday Öğrenci: 24-45 Yaş, Kadın-Erkek, Beyaz Yaka, Patronlar, Kitle (A+,A, AB, B+, B), Bölge (İstanbul), Yıllık tatil yapan, sinema ve konser aktivitesi olan, spor salonuna giden, akademik hayata ilgili, lisans mezunu, kişisel gelişim ve işyerinde yükselme konularına odaklı.

Kurum içi hedef kitle : Ön lisans, Lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencilerimiz, akademik ve idari personelimiz

Kurum dışı hedef kitle : Lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimine hazırlanan aday öğrenciler, Ortaöğretim Kurumları (devlet okulları ve özel okullar, dershaneler), fikir liderleri, yerel yönetimler ve STK'lar, genel kamuoyu ve medya

BİLGİLENDİRME DOSYASININ AMACI

İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin tanıtım faaliyetleri kapsamında, hedeflenen faaliyet programları çerçevesinde, Programları Yürütme Makamı sıfatıyla temsil eden İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin belirtilen nitelikli öğrencilerin üniversiteyi tercihi ve doluluk hedeflerine ulaşılması amacıyla, konsept ve kampanya tasarımı geliştirilmesi, Geleneksel ve Dijital medya reklamları yapılarak kayıt oranlarının arttırılması, marka bilinirliği ve tercih edilebilirliğinin geliştirilmesi işidir.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ HAKKINDA

İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul Ticaret Odası Eğitim ve Sosyal Hizmetler Vakfı tarafından 2001 yılında kurulmuş olup bünyesinde 6 fakülte (İnsan ve Toplum Bilimleri, İşletme, Hukuk, İletişim, Mühendislik, Mimarlık ve Tasarım), 1 Meslek Yüksekokulu, İngilizce Hazırlık Bölümü ve 2 enstitü (Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ticaret ve Finans Enstitüsü) ile araştırma ve uygulama merkezleri yer almaktadır. Üniversitemiz, 73 öğrenci ile başladığı eğitim-öğretim hayatına 9 binin üzerinde öğrencisi ve 300'e yakın akademisyeni ile devam etmektedir.

Dünyanın kültür başkentlerinden biri olan İstanbul'un önde gelen semtlerinden Sütlüce ve Küçükyalı'da konumlanan, (2025-2026 Eğitim öğretim dönemi itibarıyla Eminönü Yerleşkesi'nde de hizmet vermesi planlanan) yerleşkelerimizde bilimsel ve teknolojik gelişmelere paralel eğitimin yanı sıra kültür ve sanat faaliyetleri ile küresel ölçekte araştırma yapabilme imkânları bir aradadır. Türkiye'nin ve dünyanın en büyük ve köklü Ticaret Odaları'ndan biri olan İstanbul Ticaret Odası'nın varlığı, üniversitemizi tercih eden her bir öğrencinin mesleki donanıma sahip, teoriyi ve pratiği hayatın gerçeklerinden kopmadan bütünleştiren evrensel bir eğitim almasında büyük rol oynamaktadır.

İngilizce eğitim yapılan bölüm sayısı sürekli artan üniversitemizde, tamamı İngilizce gerçekleşen 9 bölümün yanı sıra 3 bölümde İngilizce destekli öğretime devam etmektedir. Böylece öğrencilerimizin küresel yönlü deneyim kazanacakları bir eğitim modeli uygulamaya konulmuştur. Uluslararası bir üniversite olma yolunda ilerlerken imzalanan iş birliği anlaşmaları çerçevesinde hayat bulan Erasmus ve Orhun değişim programları öğrencilerimizin ve akademisyenlerimizin uluslararası tecrübe kazanmalarına imkân sunmaktadır.

Başarının ödüllendirildiği öğrenci odaklı bir şehir üniversitesi olarak öğrencilerimizin sosyal hayattan kopmadan öğrenim görmeleri ve üniversiteden aldıkları güçle gurur duyulacak sosyal sorumluluk projelerine imza atmaları başlıca zenginliklerimizden birisi olmuştur.

Akademik bilgi, birikim ve tecrübenin yanı sıra İstanbul Ticaret Odası'nın kurumsal desteğini de alarak büyüyen üniversitemiz, öğrencilerine sadece uluslararası geçerliliği olan bir diploma değil, aynı zamanda şehrin içindeki kampüs yaşamıyla, iş hayatının network imkânlarıyla ve akademik yönlü tecrübenin buluştuğu eğitim ortamlarında standartları yüksek bir gelecek vaat etmektedir.

KAMPANYA TARİHLERİ | MEKANLARI | MECRALARI

Ön Lisans, Lisans İletişim Kampanyası Tarihleri: 1 Temmuz – 10 Ağustos 2025
Lisansüstü İletişim Kampanyası Tarihleri: 1 Haziran – 10 Eylül 2025
Kampanya Görsel Mekânları: Sütlüce, Küçükyalı ve Eminönü Yerleşkeleri
Ön Lisans, Lisans Mecralar: TV, Gazete ve Açık Hava (Billboard, Gaintboard, Modyo TV vb mecralar, Megalight, Direk Reklam, Pano, Alınlık, Raket, Otobüs durakları, Otobüs Giydirme, Dijital Açık Hava Ekranlaro)
Lisansüstü Mecralar: TV, Gazete ve Açık Hava (Billboard, Gaintboard, Modyo TV vb mecralar, Megalight vb) Metro turnike ve afiş panoları
Ön Lisans ve Lisans Dijital İletişim Kampanyası Tarihleri: 10 Haziran 2025– 01 Mart 2026
Lisansüstü İletişim Kampanyası Tarihleri: 1 Haziran 2025 – 01. 03. 2026
Kampanya Mecraları: Dijital Medya Mecraları
İstanbul Tercih Fuarı Mekanı: İstanbul Kongre Merkezi

Tanıtım Tercih Günleri Kampanya Tarihleri: 22 Temmuz 2025- 8 Ağustos 2025

KAMPANYA DAHİLİNDE AJANSTAN BEKLENENLER

Var olan bütçeler içerisinde ajansa verilen dokümanda yer alan bölümlere ait kontenjanların nitelikli öğrencilerle doldurmaktır. Bu anlamda gerekli olan hedef kitleye ulaşmak için yapılacak çalışmalar ve bu çalışmaların içeriğinin nasıl olması gerektiği ile ilgili detaylar istenecektir.

Tüm mecralarda yayınlanacak olan Üniversite reklamlarının yayınlanması, mecra ile iletişime geçilmesi ve reklama ait raporun sunulması hususunda Üniversiteye hizmet verecektir.

Ön lisans, Lisans ve lisansüstü dijital reklamlarda Ajans Üniversite adına gerekli hedeflemeleri Üniversite ile istişare ederek yapacaktır.

Üniversitenin hedeflediği kitleye ulaşmak için gerekli görülen mecraların tespiti, projelerin oluşturulması, üniversiteye sunulması ve gerekli satın alımların tamamının yapılması beklenmektedir.

KAMPANYA STARETEJİSİ VE KONSEPT OLUŞTURMA, UYGULAMA

1. Üniversitenin iletişim stratejisinin belirlenmesi, belirlenecek strateji çerçevesinde doğru tasarım ve uygulamalarla mesajların hedef kitleye ulaştırılmasıdır.

2. Tanıtım ve Tercih Döneminde üniversitemizin doluluk oranlarını arttıracak ve marka algısını olumlu yönde değiştirecek çalışmaların gerçekleştirilmesidir.

3. Ajansın üniversite yetkililerine sunmak üzere hazırlayacağı çalışmalarda verilecek mesajların etkili, kısa ve öz olacak şekilde kurumu temsil etmesi ile beraber üniversitemizin kurumsal bütünlüğünü, imajını ve duruşunu en iyi şekilde temsil etmesi gerekmektedir.

4. Ajans tarafından hazırlanacak kampanya stratejisine istinaden ön lisans, lisans ve lisansüstü aday öğrenciye ulaşmak amacıyla; motto çalışması, sosyal medya video ve görsel içerik önerileri geliştirilmelidir.

5. Radyo spotu, podcast gibi öneriler de sunulmalıdır.

6. Tanıtım dönemi konsept tasarımı, medya planı önerisi, reklam proje önerisi, broşür çalışmaları, tanıtım ve tercih günleri, İstanbul tercih fuarı outdoor ve indoor tasarım giydirmeleri hazırlanmalı ve uygulanmalıdır.

7. Outdoor reklam alan tasarımları ve dijital medya görselleri hazırlanmalı ve boyutlandırılmalıdır.

8. Tanıtım ve Tercih döneminde Sütlüce, Küçükyalı ve Eminönü Yerleşkeleri ile İstanbul Tercih Fuarında kurulacak tüm stantlar, karşılama alanları, backdroplar, yelken, dubalı bayrak, bu mekanların yanı sıra Kadıköy yurt binasına branda gibi tanıtım materyalleri ile tüm bunların kurulum ve söküm süreçlerinin gerçekleştirilmesidir

9. Tanıtım ve Tercih günlerinde tanıtım hizmetinin amacına ulaşması için aday öğrencilere ve velilere yönelik verilebilecek diğer ajans hizmetleridir