

## **İİBF HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ**

**STAJ YAPILAN YER: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu**

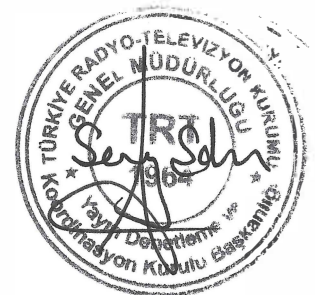
**Staj Tarihleri: 16 Temmuz 2019- /29 Ağustos 2019**

**Stajı Yapan Öğrenci: Ozan ARIKAZAN**



## İÇİNDEKİLER

İçindekiler.....	1
Staj programı onaylanma sayfası.....	1
Önsöz.....	2
Kurum tanıtımı.....	3-4-5
1)Giriş.....	5
2)Bölümler.....	6 -7
3)Staj süresince denetlenen reklam örnekleri.....	8
4)Staj süresince kullanılan program örnekleri.....	9
5) Reklam denetimi formu örneği.....	10
6)Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Reklam Yönetmeliği .....	11-12-13-14
7)Sonuç.....	15



## ÖNSÖZ

Türkiye Radyo Televizyon kurumu bilgilendirme amacıyla kurulmuştur. Zamanla özel kanallarında açılması ile bir rekabet içerisinde bulunup eğlence vb. programların katılmasıyla Türkiye’de en çok izlenen ve dinlenen Radyo ve Televizyon Kurumudur.

Staj süresince yaşadığım tecrübeler, TRT çalışanlarından edindiğim bilgiler sayesinde iş hayatımda zorluk yaşamayacağımı düşünüyorum. TRT yayın denetleme ve koordinasyon kurulu başkanlığı ve okul hocalarıma bana staj imkanı verdikleri için teşekkür ediyorum. Bu çalışmada staj boyunca yaptığım çalışmalar, örnekler ve kurum hakkında bilgi vereceğim.



## TRT TARİHÇESİ

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), devlet adına radyo ve televizyon yayınlarını gerçekleştirmek amacıyla, 01 Mayıs 1964'te, özel yasayla özerk tüzel bir kişiliğine sahip olarak kuruldu. 1972'deki anayasa değişiklikleri ile kurum "tarafsız" bir kamu iktisadi kuruluş olarak tanımlandı.

1982 Anayasasının değişmesiyle beraber 1984 yılında Türkiye Radyo ve Televizyon kanunu yeniden düzenlenerek 1986 yılında özel televizyon kanallarının uydu yayını yapmaya başlaması ile 1990 tarihinden sonra televizyon yayını TRT tekeli ortadan kalktı.

1960'dan sonra sekiz ilde İl Radyoları kuruldu. Radyo yayınlarının yönetiminin özerk ve tarafsız bir kamu iktisadi kuruluşu olarak düzenlenmesini öngören 1961 Anayasası uyarınca, 1964 yılında 359 sayılı yasayla TRT bünyesinde devam eden radyo yayınları, vericilerinin güçlendirilmesi ile daha geniş kitlelere ve alana ulaştı. 1974 yılında, TRT'nin merkez ve bölge radyolarının birleştirilmesiyle TRT-1, TRT-2 ve TRT-3 radyo yayınları oluşturuldu.

Televizyon yayınları ise, 31 Ocak 1968'de Türkiye'nin ilk deneme televizyon yayını Ankara'da Mithatpaşa Stüdyosu'nda Mahmut Tali Öngören'in açılış konuşmasıyla başladı. Haftada 3 gün, üçer saat olarak başlayan deneme yayınları 1 yıl sonra haftada 4 güne çıktı. 1970'de İzmir Televizyonu, ardından 1971'de İstanbul Televizyonu faaliyete geçti.

1969'da astronotların Ay'a ayak basmaları ve Zeki Müren'in Ankara'da verdiği konser televizyon ekranından yansıdı. 1973'de ise, Türkiye Cumhuriyeti'nin 2. Cumhurbaşkanı İsmet İnönü'nün cenaze töreni naklen yayınlandı. 20 Temmuz 1974'de başlayan Kıbrıs Barış Harekâtı'ndan tüm Türkiye ve Avrupa TRT yayınlarıyla haberdar oldu. Eurovision Şarkı ve Beste Yarışması'na Türkiye, ilk kez 1975'de TRT'nin organizasyonu ile girdi. 1978'de ilk kez su altı kameraları kullanılarak "Derinlerdeki Geçmiş" adlı belgesel renkli film çekildi. 1979 yılında, 5 ülkeden 133 çocuk 31 liderin katıldığı ilk 23 Nisan Çocuk Şenliği düzenlendi.



1974 yılında Televizyon yayınları haftanın her günü gerçekleştirilirken, yayınlar ülke nüfusunun %55'i (19 milyon) ve ülke yüzölçümünün %28 i (210.861 km2) tarafından izlenilir oldu. Televizyonunun Türkiye'ye gelişinin 10. yılında PTT merkezlerine kayıtlı Televizyon alıcı sayısı 2 milyon 250 bine ulaştı. Yurt içinden verilen ve yurtdışında alınan eşgüdüm, yayın, kayıt ve kurgu işlemlerini yapabilecek kapasitede olan Eurovision bağlantı merkezi 1982 yılında hizmete girdi. Giderek artan yayın saatleri ile birlikte ekran, 31 Aralık 1981 yılbaşı gecesinden itibaren renklenmeye başladı ve 1984 yılında tamamen renkli yayına geçildi.

1998 yılında ilk yurt dışı temsilciliğimiz TRT Almanya - Berlin Temsilciliği açıldı. Bunu sırasıyla 1999 yılında Türkmenistan-Aşkabat Temsilciliği, 2000 yılında Azerbaycan-Bakü, Mısır-Kahire ve Belçika-Brüksel takip etti. 2002 yılına gelindiğinde 6'ncı yurt dışı bürosu ABD-Washington'da, 2004 yılında da Özbekistan-Taşkent bürosu açıldı.

2003 yılı hem Kurumumuz hem tüm Türkiye için unutulmaz bir yıl oldu. TRT ülkemiz adına katıldığı 48. Eurovision Şarkı Yarışmasını, Sertap ERENER'in yorumladığı "Every Way That I Can" şarkısıyla kazandı.

Yurt dışında da etkin bir yayıncı olan Kurumumuz 2004 yılında (ABU) Asya-Pasifik Yayın Birliği, Asiavision sözleşmesini imzaladı.

01.11.2008'de Türkiye'nin ilk ve tek yerli çocuk kanalı olma özelliği ile TRT Çocuk yayın hayatına başlarken, 01.01.2009'da farklı dil ve lehçelerde yayın yapan ilk kanal TRT 6 Kürtçe yayına başladı. Kanalın adı, 2015 yılında TRT Kurdî olarak değişti.

20.11.2008'de hayata geçirilen [www.trtvotworld.com](http://www.trtvotworld.com), 31 dilde haber yayını ile yeni medya hizmet ortamındaki yayıncılar arasında dünyada 5. sırada yer aldı. Bugün yayın yapılan bölgeyle ve bütün dünyayla ilgili sıcak gelişmeler, uzmanların görüşlerinin de yer aldığı kapsamlı, tarafsız ve doğru bir içerikle 41 dilde dünya kamuoyuna sunulmaktadır.

Balkanlar'dan Orta Asya'ya, Ortadoğu'dan Kafkaslara 27 ülke ve 13 muhtar cumhuriyette yaklaşık 250 milyon nüfuslu bir coğrafyaya hitap edecek olan TRT Avaz, 21.03.2009'da yayın hayatına başlayarak Türkçe, Azerbaycan Türkçesi, Kazakça, Kırgızca, Özbekçe ve Türkmençe programları ile yayın coğrafyasındaki bütün ülkelerin yer alacağı ve her ülkeden izleyicinin kendinden bir şeyler bulacağı "ortak kanal" oldu.



TRT Türk, 08.05.2009 tarihinde uluslararası Türkçe haber ve kültür kanalı kimliğiyle yayınlarına başlarken, aynı yıl test yayınlarına başlayan TRT ANADOLU ise TRT ile Yerel ve Bölgesel Televizyonlar Birliği'nin ortaklaşa yayın yapacağı kanal olarak öngörüldü. TRT Anadolu, 2012 yılı Ramazan ayında, 24 saat kesintisiz yayın yapan TRT Diyanet kanalına dönüştü. 16 Kasım 2009'da yayına başlayan TRT Müzik, Türk Müziği ağırlıklı olmakla birlikte geçmişten günümüze yerli ve yabancı müzik yayınlarıyla, Türkiye'nin ve dünyanın müziğini TRT farkıyla ekrana taşıdı.

"Tanık Olmaya Hazır mısınız?" sloganıyla 17 Ekim 2009'da yayına başlayan TRT Belgesel Kanalı Türkiye'yi; İngilizce, Almanca, Fransızca, Rusça ve Türkçe ile beş farklı dilde dünyaya tanıtmaktadır.

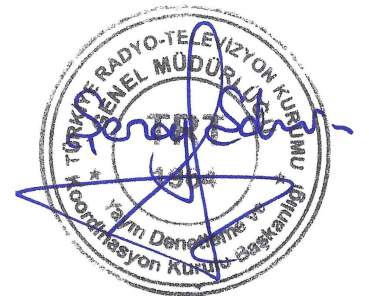
TRT, Avrupa ve dünyanın önde gelen haber kanallarından Euronews ile işbirliğine imza atarak Euronews'in büyük ortakları arasına girdi ve Euronews haber kanalı Ocak 2010'da 9. dil olarak Türkçe yayına başladı.

Ocak 2011 tarihinde yayına başlayan TRT Okul ise çeşitli yaş gruplarına yönelik hazırlanan eğitim ve kültür programlarıyla bir teknoloji ve eğitim kanalı.

10.12.2012 tarihinde açılan TRT Yayıncılık Tarihi Müzesi, 31.01.2014 tarihinde, TRT'nin kuruluşunun 50. yılı kutlamaları kapsamında hazırlanan bir müze vagonla 20 ili kapsayan bir yolculuğa çıktı.

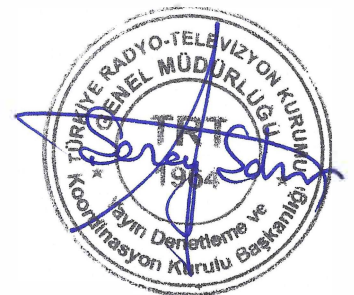
18.05.2015'te test yayınlarına başlayan, İngilizce yayın yapan TRT World, 29.10.2015 tarihinde yayına geçerek, Türkiye'nin dünya çapında önemli bir markası oldu.

04.10.2015 Türkiye ve Avrupa'da ilk kez bir futbol maçı (Fenerbahçe-Ajax) TRT 4K kanalında yayınlandı.

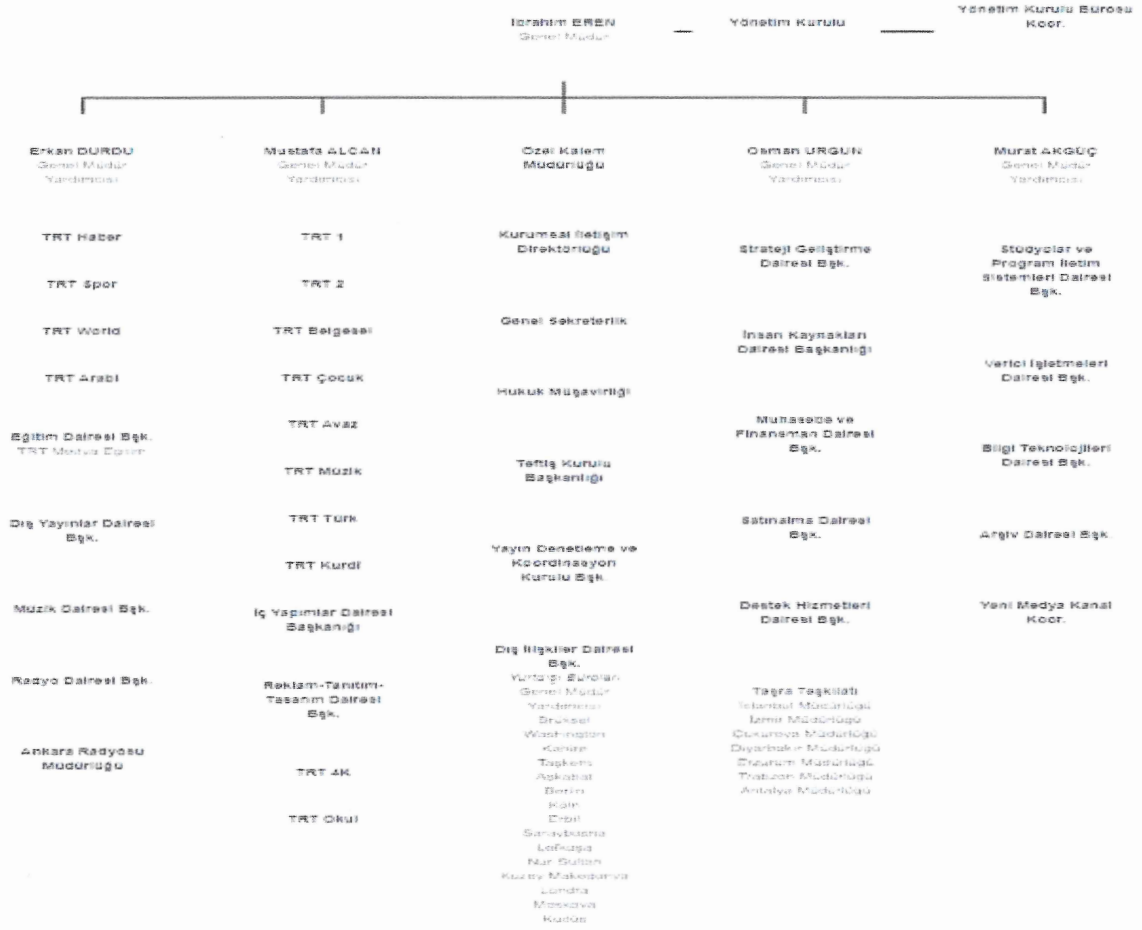


## Yayın Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı

Türkiye Radyo ve Televizyon kurumun çatısı altında bulunan Yayın Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, TRT'ye bağlı kanallarda spor yayınları, canlı yayınlar ve haberler hariç olmak üzere tüm televizyon ve radyo programlarının, ses, metin, reklamların, görüntülerin ve TRT repertuarına alınacak müzik eserlerinin sözleri, yerli-yabancı sinema, televizyon filmleri ve müzik kliplerinin yayınlanmadan önce denetlemekle ve bu denetim çabası sonunda reklamların ve ya kliplerin yayınlanıp yayınlanamayacağını kontrol etmekle görevlidir.



## 2)Bölümler



(<http://www.trt.net.tr/Kurumsal/KurumsalYapi.aspx>)





## 1)Giriş

Reklam bir ürünün veya hizmetin belirli bir ücret karşılığında bir zaman, yer satın alarak tanıtılması, bilgi verilmesi, hatırlatılması amacıyla yapılan faaliyettir. Bu çeşitli şekillerde olabilir;

Gazete, Sosyal medya, radyo, açık hava reklamları, dergi, sinema.

Ana hattı ise bir reklamveren, bir reklam ajansı ve bir mecradır.

İşletmelerin reklam verme amacı pazar payını, marka değerini, marka bağlılığını, marka sadakatini arttırmak amaçlı yapılır.

Başka unsurları ise ürünü nereden temin edeceği, hangi fiyata alacağı, satış sonrası desteğin olup olmadığı hakkında son tüketiciye bilgi vermek hatırlatmak amaçlı yapılır.

Bir marka için tüketicinin zihninde nerede olacağını belirleme yöntemi reklam olabilir. Reklamında vereceği mesajlarla istediği algıya kendi markasını büründürebilir.

Bu kısımda reklam tanıtımından bahsedilmiştir. Diğer kısımlarda ise staj süresince yapılan çalışmalardan, kullanılan programlardan ve staj raporundan bahsedilecektir.



# TÜRKİYE RADYO-TELEVİZYON KURUMU

## REKLÂM YÖNETMELİĞİ

(26/8/2009 tarihli ve 27331 sayılı Resmî Gazete)

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### Amaç, Kapsam, Dayanak ve Tanımlar

##### Amaç ve kapsam

**MADDE 1 -** (1) Bu Yönetmeliğin amacı, Kurumun radyo, televizyon ve diğer medya araçlarında yayınlanacak reklâmlarda, Kurum ile reklâm veren müşterilerin uyması gereken kurallara ilişkin usul ve esasları düzenlemektir.

##### Dayanak

**MADDE 2 -** (1) Bu Yönetmelik, 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu'nun 26 ncı maddesine dayanılarak hazırlanmıştır.

##### Tanımlar

**MADDE 3 -** (1) Bu Yönetmelikte geçen deyimlerden;  
a) Akanbant: Görsel ve içerik olarak ekranın 1/ 5 ini geçmeyecek oranda bir ürün veya hizmetin görüntülü olarak tanıtımını,  
b) Başkanlık: Reklâm-Tasarım-Tanıtım Dairesi Başkanlığını,  
c) Cıngıl: İçinde reklâmı yapılan ürünü tanıtan kelime veya kelimelerin bulunduğu müziği,  
ç) İnternet reklam alanı (Banner) : İnternet sayfaları üzerinde yer alan, bir ürün, hizmet veya kuruluşa ait, logo, marka veya sloganlı reklam alanını,  
d) Kurum: Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunu,  
e) Müşteri: Reklâm veren gerçek ve tüzel kişilerle, kamu kurum ve kuruluşlarını,  
f) Reklâm: Bir ürünün, hizmetin, faaliyetin, kurumsal kimliğin sesli, görüntülü veya yazılı olarak tanıtımını,  
g) Reklâm jeneriği: Reklâm kuşağından önce açılan ve reklâm kuşağına girildiğini belirten sesli veya görsel uyarıyı,  
ğ) Sanal reklâm: Elektronik görüntü sistemlerinin kullanılması yoluyla televizyondaki görüntüye, gerçek mekânla bağlantılı olmayan, reklâm yerleştirilmesini,  
h) Sosyal amaçlı reklâm: Toplum yararlarını işleyen reklâm programını,  
ı) Tanıtıcı reklâm: Reklâm kuşağı dışında, 90 saniyeyi aşmayacak şekilde, ürün, hizmet veya kuruluşun tanıtımını,  
i) Teleteks reklâmı: Teleteks yayınlarında yer alan reklâmları, ifade eder.

### İKİNCİ BÖLÜM

#### Yayın İlkeleri, Uygulama Esasları ve Yetkiler

##### Reklâm yayın ilkeleri

**MADDE 4 -** (1) Reklâm yayınlarında;  
a) 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanununda yer alan yayın ilke ve esasları ile Kurumun Genel Yayın Planındaki hükümlere,  
b) 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun ve bu Kanuna dayanılarak çıkarılan 17/4/2003 tarihli ve 25082 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmeliğe uyulur.

##### Uygulama esasları

**MADDE 5 -** (1) Reklâm yayınlarında uygulanacak esaslar şunlardır:  
a) Kurum, gerektiğinde reklâm kabul etmeyebilir. Kabul ettiği reklâmın yayını durdurabilir veya yayından kaldırabilir. Bu hallerde durumu gerekçeleriyle birlikte müşteriye bildirir.  
b) Kurum, reklâm sürelerinin bir bölümünü ya da tamamını Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Satış Yönetmeliği'ndeki usul ve esaslar uygulanmak suretiyle satabilir.



c) Reklamların biçimi ve sunuluşu ile yerleştirilmesi 3984 sayılı Kanunun 20 ve 21 inci maddelerindeki düzenleme dikkate alınmak suretiyle yapılır.

ç) Reklamlar, diğer yayınlardan açıkça ve kolaylıkla ayırt edilecek şekilde, başında ve sonunda yazılı, sesli veya görüntülü olarak anons ya da jenerik kullanılmak suretiyle yayınlanır.

d) Reklamlarda marka tescili, patent ve telif haklarıyla ilgili belgelerin temini ve bunlardan doğacak sorumluluklar müşteriye aittir.

e) Reklamlarda garanti, teminat veya aynı anlamı taşıyan başka sözler kullanıldığı takdirde, bu hususlarla ilgili belgelerin ibrazı şarttır.

f) Reçete ile satışına izin verilen ilaçlar, alkollü içkiler, sigara ve tütünler, yapımı, sağlığı koruma standartlarına uymayan gıda maddeleri, eş bulma veya mektuplaşma kuruluşlarının hizmetleri ile benzeri ürün ve hizmetlerin reklâmı kabul edilemez.

g) Özel eğitim ve öğretim kurumlarının yaptıkları eğitim ve öğretimle ilgili olarak bu kurumların adını, adresini, ücretini, konusunu, programını, kurs ve öğretim devrelerini belirten reklamlar yalnız radyo yayınlarında yer alabilir. Televizyon da ise kurum adı verilmeden kitap, dergi ve basılı yayınlarının reklamları yapılabilir.

#### **Süre ve ücret tespiti ile yetki limitleri**

**MADDE 6 – (1) (Değişiklik: 18.06.2010 tarihli ve 27615 sayılı Resmi Gazete)** Reklamların türleri, yayın süreleri, ücretleri, satış ve ödeme şartları, uygulanacak komisyon ve indirim oranları ile teminata ilişkin genel esaslar Yönetim Kurulu tarafından tespit edilir.

(2) Reklâm tarifeleri Kurumun internet sitesinde yayınlanır. Ayrıca ajanslara ve reklâm verenlere elektronik posta yoluyla bildirilir.

(3) Reklâm sözleşmelerinde imza yetkileri Genel Müdür tarafından belirlenir.

#### **Yabancı dillerde yayınlanacak reklamlar**

**MADDE 7 - (1)** Kurumun yurt dışına yönelik yayın yapan radyo istasyonları ve televizyon kanalları, internet, internet tv; mobil tv ile teleteks yayınlarında, yayının yöneldiği ülkelerin ve milletlerin özelliklerine göre yabancı dillerde reklâm yayını yapılabilir.

(2) Farklı dil ve lehçelerle yayın yapan kanallar içinde o dil ve lehçede reklâm yapılabilir. Bu tür reklamlar sadece ait olduğu kanalda yayınlanır.

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **Çeşitli ve Son Hükümler**

#### **Düzenleme yetkisi**

**MADDE 8 – (1)** Kurum, bu Yönetmeliğin uygulama esaslarına ilişkin alt düzenleme yayımlayabilir.

#### **Yürürlükten kaldırılan Yönetmelik**

**MADDE 9 - (1)** 17/4/1993 tarih ve 21555 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Reklam Yönetmeliği yürürlükten kaldırılmıştır.

#### **Geçici hükümler**

**GEÇİCİ MADDE 1 - (1)** Bu Yönetmeliğin yayımı tarihinden önce başlatılmış olan iş ve işlemler, bu Yönetmeliğin 9 uncu maddesiyle yürürlükten kaldırılan "Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Reklam Yönetmeliği" hükümlerine göre sonuçlandırılır.

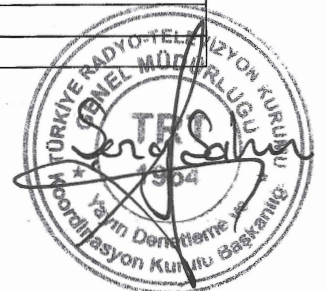
#### **Yürürlük**

**MADDE 10 - (1)** Bu Yönetmelik yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

#### **Yürütme**

**MADDE 11 - (1)** Bu Yönetmelik hükümlerini Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Genel Müdürü yürütür.

<b>Yönetmeliğin Yayınlandığı Resmî Gazete'nin</b>	
<b>Tarihi</b>	<b>Sayısı</b>
26/8/2009	27331
18/6/2010	27615



# Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun Görevleri

2954 sayılı Türkiye Radyo Televizyon Kanununun 9. maddesine göre Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun görevleri şunlardır:

- a) (Değişik : 12/1/1989 - 3517/6 md.; İptal: Ana. Mah.nin 18/5/1990 tarih ve E. 1989/9, K. 1990/8 sayılı Kararıyla.; Yeniden düzenleme: 6/7/1999-4397/2 md.) Radyo ve televizyon yayınları yapmak ve bu amaçla radyo ve televizyon verici istasyonları, program iletim sistemleri ve stüdyo tesisleri kurmak, geliştirmek, radyo ve televizyon yayınları alanında ek gelir temin edecek düzenlemeler yapmak ve faaliyette bulunmak,
- b) Radyo ve televizyon yayınları için haber toplama ve program yayın ve yapımı maksatlarıyla gerekli birimleri oluşturmak,
- c) (Değişik: 11/6/2008-5767/2 md.) Bu Kanun çerçevesinde; Türkiye sınırları içinde yayın yapan yerel, bölgesel, ulusal radyo ve televizyon kurum ve kuruluşları ile sözleşme, anlaşma ve protokoller imza etmek; ayrıca Başbakanlığın onayını alarak gerektiğinde uluslararası radyo ve televizyon kurum ve kuruluşları ile anlaşma, sözleşme ve protokoller imza etmek,
- d) (...) (3) Tesislerde kullanılacak alet ve cihazlar ile ilgili araştırmalar yapmak veya yaptırmak, bunların onarım ve bakımlarını yapmak veya yaptırmak ve gerekli hallerde işletme için zorunlu olan alet ve cihazları imal etmek veya ettirmek,
- e) Yurt içine yapılacak; haber, kültür, bilim, sanat, eğlence ve benzeri türlerde eğitici, aydınlatıcı ve eğlendirici nitelikte her türlü yayınlarla
1. Atatürk ilke ve inkılaplarının kökleşmesine, Türkiye Cumhuriyetinin çağdaş uygarlık düzeyinin üstüne çıkmasını öngören milli hedeflerin gerçekleşmesine,
  2. Devletin varlık ve bağımsızlığının, ülkenin ve milletin bölünmez bütünlüğünün, toplumun huzurunun, milli dayanışma ve adalet anlayışı içinde, insan haklarına saygılı ve Atatürk Milliyetçiliğine dayanan demokratik, laik ve sosyal hukuk devleti niteliklerinin korunmasına ve güçlendirilmesine,
  3. Milli eğitim ve milli kültürün geliştirilmesine,
  4. Devletin milli güvenlik siyasetinin, milli ve ekonomik menfaatlerinin korunmasına,
  5. Kamuoyunun Anayasa ilkeleri doğrultusunda serbestçe ve sağlıklı bir şekilde oluşmasına, yardımcı olmak.
- f) Yurt dışına yapılacak yayınlarla:
1. Devletin her alanda tanıtılmasına,
  2. Yurt dışında bulunan Türk vatandaşlarının Türkiye Cumhuriyeti ile ilişkilerinin sürdürülmesine yardımcı olmak.



# Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun Üyesi Olduğu Kuruluşlar

## Yurtdışı Kuruluşlar

Avrupa Yayın Birliği (UER/EBU)

Asya-Pasifik Yayın Birliği (ABU)

ABU Kısa Dalga Koordinasyon Grubu (ABU-HFC)

Uluslararası Yayıncılar Kısa Dalga Koordinasyon Grubu (HFCC/ASBU)

Uluslararası İletişim Birliği (ITU)

Uluslararası Müzik Konseyi (IMC)

Avrupa Medya Enstitüsü (EIM)

Avrupa Posta ve Telekomünikasyon İdareler Birliği (CEPT)

Akdeniz Görsel İşitsel İletişim Merkezi (CMCA)

Akdeniz Görsel İşitsel İşleticiler Daimi Konferansı (COPEAM)

## Yurtiçi Kuruluşlar

Medya Derneği

Televizyon Yayıncıları Derneği

Musiki Eseri Sahipleri Grubu Meslek Birliği



### 1. DAVRANIŞ DEĞERLENDİRME VE DIŞ GÖRÜNÜŞÜ:

	Çokiyi	iyi	Yeterli	Zayıf
Kendine güven	XX			
İnsiyatif kullanma	XX			
İşe karşı ilgi-Özveri		X		
Disiplin	XXX			
Yaratıcılık	XXX			
Liderlik Vasıfları	XXX			
Giyim-Kuşam		X		

### 2. İLETİŞİM KABİLİYETLERİ

	Çokiyi	iyi	Yeterli	Zayıf
Üstü ile iletişim	X			
İş arkadaşları ile iletişim		XX		
Konuk ve müşteriyile iletişim		XX		
Dinleme becerisi	XX			
Konuşma becerisi	XX			
Yazı yazma becerisi	XX			

### 3. İŞ PERFORMANSI

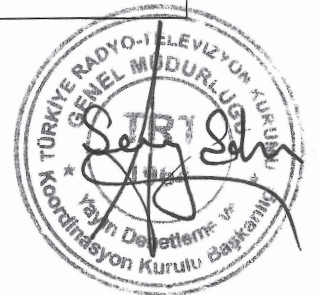
	Çokiyi	iyi	Yeterli	Zayıf
İşe devamda titizlik	X			
İşlemleri bilme	XX			
Büro makinelerini kullanma	XXX			
Sorumluluk kabul etme	XXX			
Görevini yerine getirme	XXX			
Kaynakları etkin kullanma	XXX			

*Diğer Düşünceler*

Halkla ilişkiler ve Reklamcılık Sektörüne yeni bir soluk olacağına inanıyorum.

### 4. GENEL DEĞERLENDİRME

Çokiyi	X
İyi	
Yeterli	
Zayıf	



Lütfen eleştirilerinizi ve stajyer öğrencinin gelişimi ile ilgili tavsiyelerinizi yazınız.

Kişiliği ve işine (mesleğine) saygı dayalı şekilde hepimizi etkilemiştir. Gelecekte sektörde iyi yerlerde göreceğimize inanıyorum.

5. BU STAJYERİ ÇALIŞTIRMAYI DÜŞÜNÜR MÜSÜNÜZ?

- Evet  
 Hayır yeni personel almayı düşünmüyoruz  
 Hayır performansı bize uygun değil

6. GELECEK YIL ÜNİVERSİTEMİZDEN BAŞKA STAJYER ÖĞRENCİLER DE ÇALIŞTIRMAK İSTERMİSİNİZ?

- Evet  
 Hayır artık stajyer almayı düşünmüyoruz

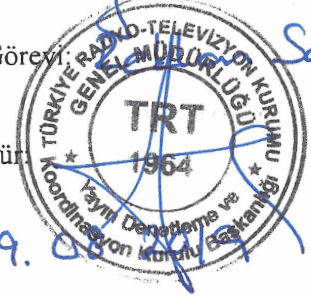
Dolduran Yetkilinin Adı ve Soyadı:

Seray SAHİN

Kurumdaki Görevi:

Sorumlusu

İmza ve Mühür:

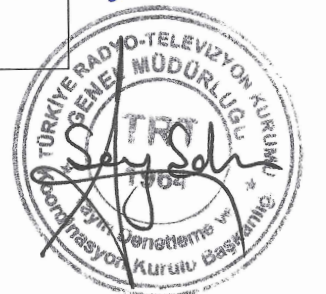


Tarih:

29.08.2019

## EK-5 STAJ RAPORU

Gün	Tarih	Bölüm	Bölümde Yapılan İşin Kısa Açıklaması
1	16/07/19	Yayın Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı	Reklam Denetimi için gerekli uygulamaları öğrendik.
2	17/07/19	II	Kanalın günlük nöbetçileri ile tanışıldı.
3	18/07/19	II	Reklam Denetimi katı gezildi.
4	19/07/19	II	Günlük evrak işlemleri öğrenildi.
5	22/07/19	II	TRT Reklama Yönetmeliği kılavuzu okundu.
6	23/07/19	VI	Reklam Denetmenleri dosyaları incelendi.
7	24/07/19	II	Dosya üzerinden daha önceki ayların reklamları incelendi.
8	25/07/19	II	Rasi programı üzerinden günlük gelen radyo reklamları incelendi.
9	26/07/19	II	Günlük gelen televizyon reklamları incelendi.
10	28/07/19	II	TRT müzesi gezildi. Rehber tarafından gerekli bilgilendirme yapıldı.
11	30/07/19	II	Günlük televizyon reklamları incelendi.
12	31/07/19	II	TRT ses stüdyoları gezildi.





EK-5 STAJ RAPORU

Gün	Tarih	Bölüm	Bölümde Yapılan İşin Kısa Açıklaması
1	01/08/19	Yayın Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı	Radio reklamları incelendi.
2	02/08/19	"	Yayın denetiminden gelen radyo estri reklamlar incelendi.
3	05/08/19	"	Onaylanmayan ilaç reklamları üzerine Reklam denetmenleri ile tartışıldı.
4	06/08/19	"	Günlük evraklar düzenlendi.
5	07/08/19	"	Günlük gelen radyo ve televizyon reklamları incelendi.
6	08/08/19	"	Resi üzerinden gelen radyo reklamındaki hata günün nöbetarisine bildirildi.
7	09/08/19	"	Eski onaylanan / onaylanmayan televizyon reklamları incelendi.
8	15/08/19	"	Nöbetari sirküleri kontrol edildi.
9	16/08/19	"	Günlük onaylanan reklam adeti kontrol edildi.
10	19/08/19	"	Televizyon reklamlarındaki yazım hatası günlük nöbetariye bildirildi.
11	29/08/19	"	Günlük gelen reklamlar incelendi.



12	21/08/13	Yayın Denetleme ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı	Bir önceki günün reklam ödeti dosyasına girildi.
13	22/08/13	11	Onaylanan reklamlar önce Reklam denetmenine sonra katın başkanına imzalatılarak dosyalandı.
14	23/08/13	11	Günlük radyo ve televizyon reklamları incelendi.
15	26/08/13	11	Reklamlardaki hatalar üzerine tartışıldı. Şenay hanım ile.
16	27/08/13	11	Günlük radyo ve televizyon reklamları incelendi.
17	28/08/13	11	Günlük radyo ve televizyon reklamları incelendi.
18	29/08/13	11	Son olarak reklamlar kontrol edildi stajyer kartı teslim edildi.
19	—	—	—
20	—	—	—

**Staj ile İlgili Genel Değerlendirme :**

Öğrencinin Adı ve Soyadı

Ozan ARIKAZAN

Öğrencinin İmzası

*[Handwritten Signature]*



EK-4 STAJ DEĞERLENDİRME BELGESİ

Firmanın Adı: TRT

Adres: Turan Güneş Bul. TRT sitesi Oran - Çankaya / ANK

Telefon/Faks Numarası: 463 2255

E. Posta Adresi: —

Genel Müdürün Adı: İbrahim EREN

Formu Dolduran Yetkilinin Adı: Seray SAHİN

Başlama Tarihi: 18/07/2019

Ayrıldığı Tarih: 29/08/2019

Stajyerin Adı: \_\_\_\_\_

Stajyerin No: \_\_\_\_\_

Stajyerin Adı: \_\_\_\_\_

Stajyerin Adı: \_\_\_\_\_

Stajyerin Adı: \_\_\_\_\_

Stajyerin Adı: \_\_\_\_\_

Formu Dolduran Yetkilinin Adı: \_\_\_\_\_

Stajyerin Adı: \_\_\_\_\_

Stajyerin Adı: \_\_\_\_\_



## 7)Sonuç

Staj süresince yaptığım çalışmalar, öğrendiğim programlar ve TRT çalışanlarından öğrendiğim bilgiler bana iş hayatımda yeni fırsatlar doğuracaktır. Reklam denetiminde yayınlanmayan reklamların neden yayınlanmadığı, yayınlanmayan reklamların hatalı kısımları nasıl revizyon yapılırsa yayınlanabileceğini öğrendim. Birçok yayınlanan, yayınlanmayan radyo ve televizyon reklamı inceleme şansına sahip oldum. Bir reklamcı olarak reklam denetiminin nasıl olacağını öğrenmek hazırlayacağım reklamlarda bana yardımcı olacaktır. Stajım sayesinde bir devlet kurumunun işleyişini, dosya hazırlanışları, belge kayıtlarını öğrenmiş oldum. TRT müzesi, TRT ses stüdyoları ve TRT'ye bağlı diğer kanalların çalışma alanlarını görme fırsatı buldum. Okulda öğrendiğim bilgileri staj programıyla harmanlayarak ilerideki çalışmalarına yardımcı olacağına inanarak çalışmamın sunumunun sonuna gelmiş bulunuyorum.

