3RD INTERNATIONAL AZERBAIJAN CONGRESS ON HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

NOVEMBER 26-28, 2022

CONGRESS PROCEEDINGS BOOK
ISBN: 978-605-72169-1-5

EDITORS

PROF. DR. AMELIE CHICO
ASSOC. PROF. DR. NAZILE ABULLAZADA
DR. MUHAMMAD SAFDAR BHATTI

BZT
ACADEMY

ALGERIA, AUSTRIA, AZERBAIJAN, BANGLADESH, CANADA, CHINA, INDIA, INDONESIA, KOSOVO, LITHUANIA, LIBYA, MOROCCO, NIGERIA, NORTH MACEDONIA PAKISTAN, PHILIPPINES, POLAND, PORTUGAL, SPAIN, TÜRKIYE, UZBEKISTAN

3RD INTERNATIONAL AZERBAIJAN CONGRESS ON HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

NOVEMBER 26-28, 2022

(ONLINE & FACE TO FACE PARTICIPATION)

ISBN: 978-605-72169-1-5

EDITORS

PROF. DR. AMELIE CHICO

ASSOC. PROF. DR. NAZILE ABULLAZADA

DR. MUHAMMAD SAFDAR BHATTI

BZT AKADEMİ YAYINEVİ®

BZT ACADEMY PUBLISHING HOUSE 2021©

TURKEY, GERMANY

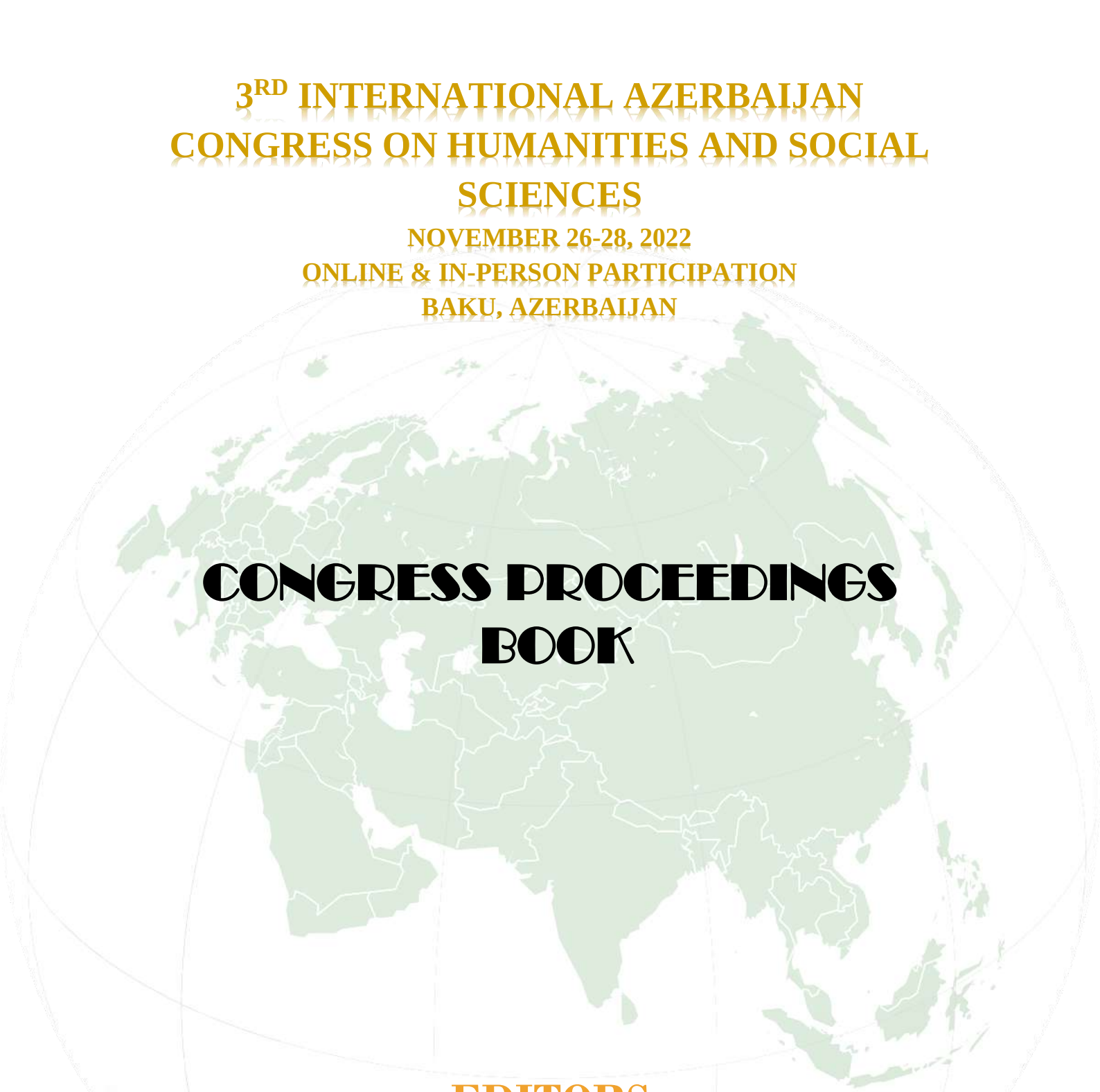
TR: +90543 671 0123 GR: +491774586777

BZT

ACADEMY

3RD INTERNATIONAL AZERBAIJAN CONGRESS ON HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

NOVEMBER 26-28, 2022
ONLINE & IN-PERSON PARTICIPATION
BAKU, AZERBAIJAN



CONGRESS PROCEEDINGS BOOK

EDITORS

PROF. AMELIE L. CHICO
ASSOC. PROF. DR. NAZILE ABDULLAZADA
DR. MUHAMMAD SAFDAR BHATTI

BZT AKADEMİ YAYINEVİ®
TURKEY, GERMANY
TR: +90543 671 0123 GR: +491774586777
azerbaijancongress2022@gmail.com
https://www.azerbaijancongress2022.com/

All rights reserved
BZT AKADEMİ YAYINEVİ®
BZT ACADEMY PUBLISHING HOUSE 2021©
Publishing Date: 06.12.2022
ISBN: 978-605-72169-1-5

CONGRESS ID

CONGRESS NAME

3RD INTERNATIONAL AZERBAIJAN CONGRESS ON LIFE, ENGINEERING, AND APPLIED SCIENCES

DATE AND VENUE

NOVEMBER 26-28, 2022

ONLINE & IN-PERSON PARTICIPATION (BAKU, AZERBAIJAN)

(FROM 21 DIFFERENT COUNTRIES)

ORGANIZERS & PARTICIPANT INSTITUTIONS

BZT Academy, Türkiye

University of Mindanao, Philippines

Azerbaijan National Academy of Science, Azerbaijan

Gence State University, Azerbaijan

Azerbaijan State University of Culture and Arts, Azerbaijan

Kosovo Academy for Public Safety, Kosovo

Presidents of Organization Committee

PROF. DR. RAUL D.S.G. CAMPILHO

President of Scientific Committee

PROF. DR. RAUL D.S.G. CAMPILHO

President of Coordinators' / General Coordinator

Dr. Baha Ahmet YILMAZ

ACCEPTED PAPERS

15 Turkish Participants

33 Foreign Participants

%68 Foreign Participant Rate

%32 Turkish Participant Rate

REFUSED PAPERS

2 Turkish Participants

EVALUATION PROCESS

All Submissions Have Passed a Double-Blind Referee Evaluation Process

All Responsibility for the Works Belongs to the Author

BZT ACADEMY

BİLİM & ORGANİZASYON KURULU

SOSYAL BİLİMLER & GÜZEL SANATLAR



Prof. Dr. Hasan KÖNİ

Kültür University – Turkey



Prof. Dr. Kobus MAREE

University of Pretoria, South Africa



Prof. Dr. Mrudul NILE

Mumbai University, India



Prof. Dr. Muhlise ÇOŞGUN ÖGEYİK

Trakya University, Turkey



Prof. Dr. Dervish ALIMI

University of Tetova, Macedonia



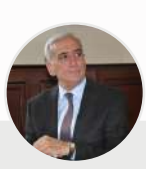
Prof. Dr. Dobrinka D. RADOINOVA

Medical University of Varna, Bulgaria.



Prof. Dr. Calin SCRIPCARU

Institute of Forensic Medicine, Romania



Prof. Dr. Mammadli Allahverdi MAHARRAM OGLI

Baku State University, Azerbaijan



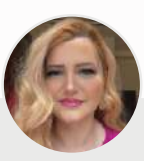
Prof. Dr. Asiye AKA

Çanakkale 18 Mart University, Turkey

More information: www.bztacademy.com | +90 543 671 0123

BİLİM & ORGANİZASYON KURULU

SOSYAL BİLİMLER & GÜZEL SANATLAR



Assoc. Prof. Dr. Aytekin ZEYNELOVA

Baku State University, Azerbaijan



Assoc. Prof.Dr. Çiğdem NAS

Yıldız Technical University, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Nesrin ADA

Ege University, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Imam Bakır KANLI

Marmara University, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Fahri ÖZSUNGUR

Adana Chamber of Commerce, Trade Registry Deputy Manager, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Kutay UZUN

Trakya University, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Çetin TAN

Fırat University, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Nuran KILAVUZ

Erzincan Binali Yıldırım University, History



Assoc. Prof. Dr. Abdullazadə Nazilə Əbdül qızı

Azerbaijan State Pedagogical University

More information: www.bztacademy.com | +90 543 671 0123

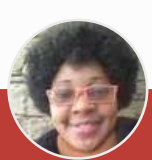
BİLİM & ORGANİZASYON KURULU

SOSYAL BİLİMLER & GÜZEL SANATLAR



Doç. Dr. Elif AKTAŞ

Recep Tayyip Erdoğan University, Türki



Dr. Joy Ifeanyi Osarumwense JOSEPH

Rhodes University, South Africa



Dr. Merati RACHID

University of Tiaret, Algeria



Dr. Ahmet YILMAZ

Treu Consulting Coorporation, Germany



Dr. Boudra ABDELLATIF

University of Tiaret, Algeria

Dr. Ulker IMAMELIYEVA

Baku State University, Azerbaijan



PhD.Marjan KASTEREN

Purdue University, USA



Dr. Mohammad ALAWAMLEH

American University of Madabai, Jordan



PhD. Vugar GAHRAMANOV

Rovira i Virgili University, Spain

More information: www.bztacademy.com | +90 543 671 0123

BİLİM & ORGANİZASYON KURULU

SOSYAL BİLİMLER & GÜZEL SANATLAR



Dr. Muhammad SAFDAR BHATTI

The Islamia University of Bahawalpur, Pakistan



Dr. Shahboz SHOEV

Warsow University, Poland



Dr. Övgü KALKAN KÜÇÜKSOLAK

Yalova University, Turkey



Dr. Samir HUMBETOV

Head of the Center for International Relations and Diplomatic Studies, Azerbaijan



Dr. Hamza Rehman BUTT

GIFT University, Pakistan



Dr. Carlos ARENAS

Valencia University, Spain



Dr. Meryem AKÇAYOĞLU

Çukurova University, Turkey



More information: www.bztacademy.com | +90 543 671 0123

SCIENTIFIC & ORGANIZATION COMMITTEES

SOCIAL SCIENCES & FINE ARTS



Prof. Dr. Hasan KÖNİ

Kültür University – Turkey



Prof. Dr. Kobus MAREE

University of Pretoria, South Africa



Prof. Dr. Mrudul NILE

Mumbai University, India



Prof. Dr. Muhlise ÇOŞGUN ÖGEYİK

Trakya University, Turkey



Prof. Dr. Dervish ALIMI

University of Tetova, Macedonia



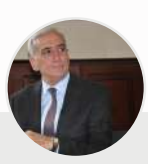
Prof. Dr. Dobrinka D. RADOINOVA

Medical University of Varna, Bulgaria.



Prof. Dr. Calin SCRIPCARU

Institute of Forensic Medicine, Romania



Prof. Dr. Mammadli Allahverdi MAHARRAM OGLI

Baku State University, Azerbaijan



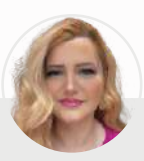
Prof. Dr. Asiye AKA

Çanakkale 18 Mart University, Turkey

More information: www.bztacademy.com | +90 543 671 0123

SCIENTIFIC & ORGANIZATION COMMITTEES

SOCIAL SCIENCES & FINE ARTS



Assoc. Prof. Dr. Aytekin ZEYNELOVA

Baku State University, Azerbaijan



Assoc. Prof.Dr. Çiğdem NAS

Yıldız Technical University, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Nesrin ADA

Ege University, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Imam Bakır KANLI

Marmara University, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Fahri ÖZSUNGUR

Adana Chamber of Commerce, Trade Registry Deputy Manager, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Kutay UZUN

Trakya University, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Çetin TAN

Fırat University, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Nuran KILAVUZ

Erzincan Binali Yıldırım University, History



Assoc. Prof. Dr. Abdullazadə Nazilə Əbdül qızı

Azerbaijan State Pedagogical University

More information: www.bztacademy.com | +90 543 671 0123

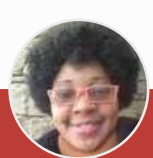
SCIENTIFIC & ORGANIZATION COMMITTEES

SOCIAL SCIENCES & FINE ARTS



Assoc. Prof. Dr. Elif AKTAŞ

Recep Tayyip Erdoğan University, Türkiye



Dr. Joy Ifeanyi Osarumwense JOSEPH

Rhodes University, South Africa



Dr. Merati RACHID

University of Tiaret, Algeria



Dr. Ahmet YILMAZ

Treu Consulting Coorporation, Germany



Dr. Boudra ABDELLATIF

University of Tiaret, Algeria

Dr. Ulker IMAMELIYEVA

Baku State University, Azerbaijan



PhD.Marjan KASTEREN

Purdue University, USA



Dr. Mohammad ALAWAMLEH

American University of Madabai, Jordan.



PhD. Vugar GAHRAMANOV

Rovira i Virgili University, Spain

More information: www.bztacademy.com | +90 543 671 0123

SCIENTIFIC & ORGANIZATION COMMITTEES

SOCIAL SCIENCES & FINE ARTS



Dr. Muhammad SAFDAR BHATTI

Bahawalpur İslam Üniversitesi, Pakistan



Dr. Shahboz SHOEV

Varşova Üniversitesi, Polanya



Dr. Övgü KALKAN KÜÇÜKSOLAK

Yalova Üniversitesi, Türkiye



Dr. Samir HUMBETOV

Uluslararası İlişkiler ve Diplomasi Çalışmaları Merkezi Başkanı, Azerbaycan



Dr. Hamza Rehman BUTT

GIFT Üniversitesi, Pakistan



Dr. Carlos ARENAS

İspanya Üniversitesi, Türkiye



Dr. Meryem AKÇAYOĞLU

Çukurova Üniversitesi, Türkiye



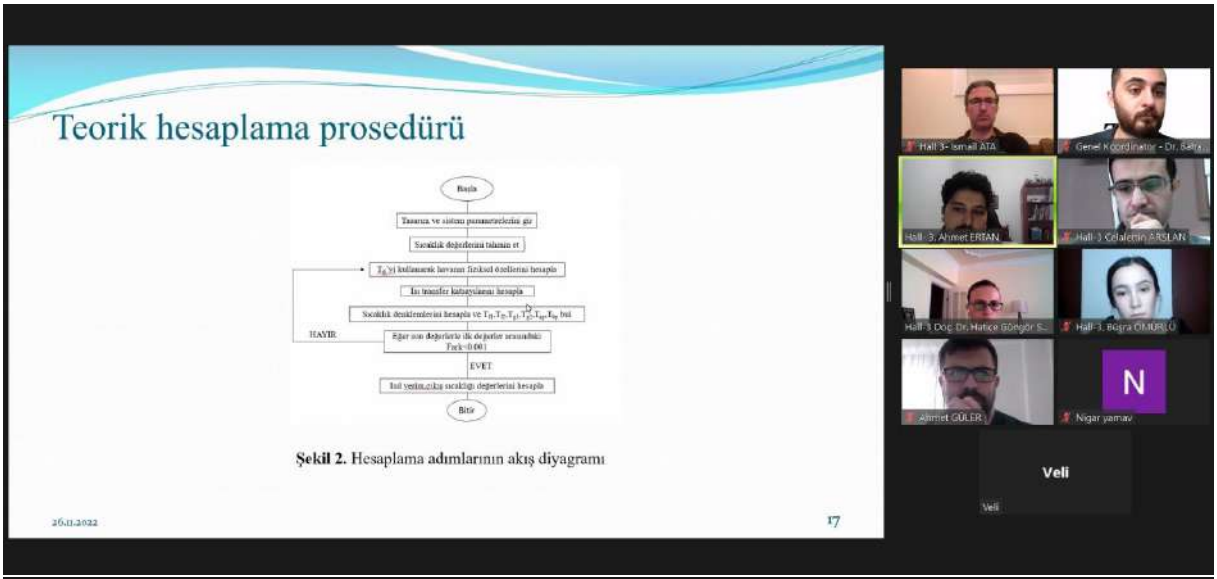
More information: www.bztacademy.com | +90 543 671 0123

SESSION (2)- HALL (2)

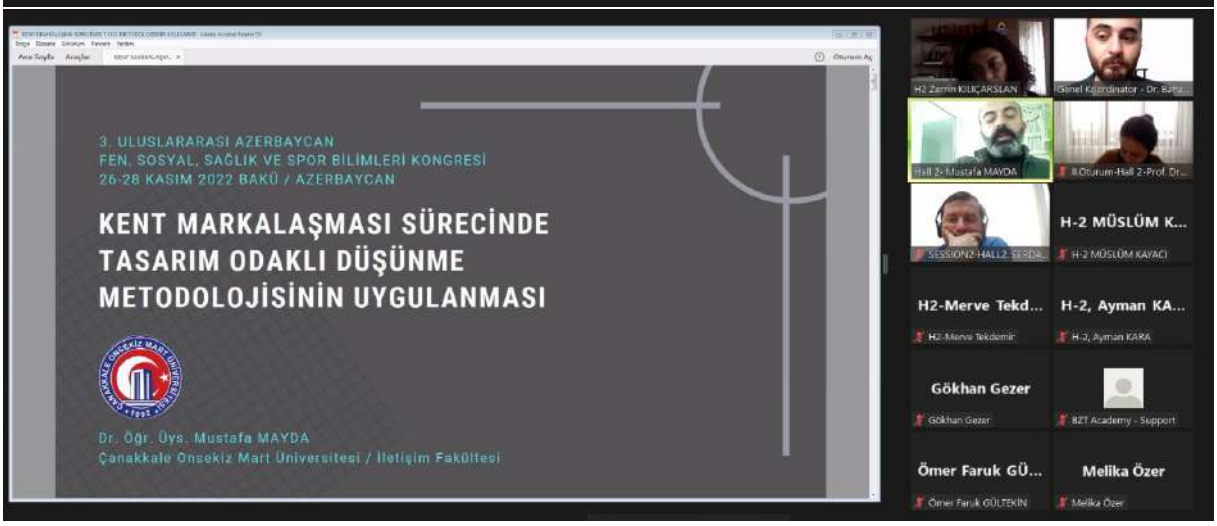
MEETING ID: 878 4381 6923
PASSWORD: 565636

	26.11.2022	Time: 13³⁰-17¹⁵ (Turkey Local time GMT+3)	MODERATOR (S): *Prof. Dr. Şirin DİLLİ* COORDINATOR: *Spc. Gökhan GEZER*
	Authors	**Affiliation**	**Topic title**
13³⁰-13⁴⁵	Müslüm KAYACI	*Dicle University, Türkiye*	THE FUNCTION OF PUBLIC SERVANTS ETHICS COMMITTEE IN TURKISH PUBLIC ADMINISTRATION
13⁴⁵-14⁰⁰	Ayman KARA	*Kirikkale University, Türkiye*	CHANGES IN THE UNDERSTANDING OF POLITICAL POWER AND STATE FROM MODERNISM TO POSTMODERNISM
14⁰⁰-14¹⁵	Ayman KARA	*Kirikkale University, Türkiye*	MICHEL FOUCAULT'S POLITICAL OPINION OF CONCEPT OF POWER
14¹⁵-14³⁰	Mustafa MAYDA	*Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye*	APPLICATION OF DESIGN-FOCUSED THINKING METHODOLOGY IN THE CITY BRANDING PROCESS
14³⁰-14⁴⁵	Şirin DİLLİ	*Giresun University, Türkiye*	BEYOND THE CAMERA: ASLI ÖZGE'S SCREENWRITINGS AND WOMEN IN TURKISH CINEMA
14⁴⁵-15⁰⁰	Şirin DİLLİ Cevdet ÖZMEN	*Giresun University, Türkiye*	30 YEARS AFTER THE DISINTEGRATION OFTHE EASTERN BLOC: EXPERIENCING EVERYDAY LIFE AS A RUSSIAN BACKGROUND WOMAN IN TRABZON
15⁰⁰-15¹⁵	Ömer Faruk GÜLTEKİN	*Bayburt University, Türkiye*	RELATIONS OF ECONOMIC DEVELOPMENT-CANCER: THE CASE OF BRICS-T COUNTRIES
15¹⁵-15³⁰	Zerrin KILIÇARSLAN Yasemin DUMRUL	*Kayseri University, Türkiye*	THE ROLE OF EXPORT DIVERSIFICATION IN THE ECONOMIC GROWTH OF BRICS-T COUNTRIES
15³⁰-15⁴⁵	Murat KESEBİR Sibel AYBAR	*Yozgat Bozok University, Türkiye* *Istanbul Gelisim University, Türkiye*	THE RELATIONSHIP BETWEEN TOXIC LEADERSHIP AND ORGANIZATIONAL CYNICISM: AN APPLICATION WITH EMPLOYEES OF FINANCIAL INSTITUTIONS
15⁴⁵-16⁰⁰	Serdar YARLIKAŞ	*Kocaeli University, Türkiye*	DETERMINATION OF THE IMPORTANCE LEVELS OF FACTORS REFLECTING AWARENESS OF ELECTRONIC COMMERCE WEB SITES BY MEREC AND CRITIC METHODS
16⁰⁰-16¹⁵	Berna İLERİ	*Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye*	INDOOR CARPET USE TODAY AND CARPET RECOMMENDATIONS FOR THE PLACE
16¹⁵-16³⁰	Nuray KARACA	*Ataturk University, Türkiye*	ON WOMEN MANAGEMENT IN ACADEMY
16³⁰-16⁴⁵	Merve TEKDEMİR Kadir AYYILDIRIM	*Erciyes University, Türkiye*	INTERNATIONAL TAX AGREEMENTS IN PREVENTION OF DOUBLE TAXATION REPUBLIC OF FEDERAL GERMANY-REPUBLIC OF TURKEY AGREEMENT
16⁴⁵-17⁰⁰	Gizem SEYHAN Mustafa HATİPLER	*Trakya University, Türkiye*	THE RELATIONSHIP BETWEEN POVERTY AND ENERGY CONSUMPTION: THE CASE OF TURKEY

CONGRESS PHOTOS







İÇİNDEKİLER / CONTENTS

THE EFFECTIVITY OF TASK-BASED ACTIVITIES ON VOCABULARY COMPETENCE DESIGNED IN ACCORDANCE WITH THE COMMON EUROPEAN FRAMEWORK 1
Nur CEBECİ1, H. Gülru YÜKSEL2 1

TBMM XI. DÖNEM SİİRT MİLLETVEKİLLERİ VE MECLİS İÇİ FAALİYETLERİ 11
İzzettin BEŞTAŞ 11

İSLAM HUKUKUNDA ORUÇ TUTMAMAYI MUBAH KILAN DURUMLAR 23
İshak Yıldırım 23

II. MEŞRUTİYET DÖNEMİ KADININ TOPLUMSAL YAŞAMDAKİ DEĞİŞİMİ 29
Doç. Dr. Nuran KILAVUZ 29
Burçak KÖSE 29

MİLLİ MÜCADELE VE CUMHURİYET DÖNEMİ KADIN HAREKETLERİ 31
Doç. Dr. Nuran KILAVUZ 31
Hülya KURT 31

KAMU GÖREVLİLERİ ETİK KURULU'NUN TÜRK KAMU YÖNETİMİNDEKİ İŞLEVİ 33
Müslüm KAYACI 33

AN ANALYSIS OF CULTURAL TOURS FROM TÜRKİYE TO GEORGIA AND AZERBAIJAN 39
Nihat Çeşmeci 39

ÇİFTE VERGİLENDİRME SORUNUNUN ÖNLENMESİNDE ULUSLARARASI VERGİ ANLAŞMALARI: ALMANYA FEDERAL CUMHURİYETİ-TÜRKİYE CUMHURİYETİ ÖRNEĞİ 41
Merve TEKDEMİR 1* , Dr. Öğr. Üyesi Kadir AYYILDIRIM 2 41

OKUL MÜDÜRLERİNİN LİDERLİK ÖZELLİKLERİNİN İNCELENMESİ 43
Filiz HALICI 43

YAPAY ZEKÂNIN RESİM SANATI VE EĞİTİMİNE ETKİSİ 56
Melike Erdurmuş, Gonca Yayan 56

CHANGES IN THE APPROACH OF LOCAL GOVERNMENTS, URBAN AWARENESS AND GOVERNANCE POLICIES 72
Onur Tos1*, Harika Tos2 72

SOCIAL RESPONSIBILITY IN SOCIAL MEDIA: A RESEARCH ON FAN GROUP MEMBERS' SOCIAL RESPONSIBILITY PERCEPTIONS 79
Onur Tos1*, Harika Tos2 79

THE ENVIRONMENTAL AWERENESS IN SULTAN RAEV'S LONG STORY "THE BOY CATCHING THE SUN" 88
Dr. Ercan Yücel 88

A STUDY ON THE USE OF PERSON IN SULTAN RAEV'S LONG STORY "THE BOY CATCHING THE SUN" 94
Dr. Ercan Yücel 94

KENT MARKALAŞMA SÜRECİNDE TASARIM ODAKLI DÜŞÜNME METODOLOJİSİNİN UYGULANMASI 100
Mustafa MAYDA 100

AKADEMİDE KADIN YÖNETİCİLİĞİ ÜZERİNE 108
Prof.Dr. Nuray KARACA 108

GÜNÜMÜZDE İÇ MEKANDA HALI KULLANIMI VE MEKANA YÖNELİK HALI ÖNERİLERİ 115
Berna İLERİ 115

EKONOMİK GELİŞME-KANSER İLİŞKİLERİ: BRICS-T ÜLKELERİ ÖRNEĞİ 124
Ömer Faruk GÜLTEKİN1* 124

ÖZ ŞEFKAT EĞİTİMİNİN 4-5 YAŞ ÇOCUKLARININ ÖZ DÜZENLEME BECERİLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ 134
İlkay GÖKTAŞ 1, Yıldız GÜVEN 2 134

BRICS-T ÜLKELERİNİN EKONOMİK BÜYÜMESİNDE İHRACAT ÇEŞİTLENDİRMESİNİN ROLÜ 135
Zerrin Kılıçarslan 1*, Yasemin Dumrul 2 135

GÖÇ DİPLOMASİSİ İLE GÖÇ POLİTİKALARI ETKİLEŞİMİ VE SONUÇLARI 143
Lala Naghiyeva 143

MODERNİZMDEN POSTMODENİZME SİYASAL İKTİDAR VE DEVLET ANLAYIŞININ DEĞİŞİMİ 154
Ayman Kara 154

MİCHEL FOUCAULT'NUN SİYASAL DÜŞÜNCESİNDE İKTİDAR KAVRAMI 156
Ayman Kara 156

VALIDITY AND RELIABILITY STUDY OF THE INVERSION SKILLS TEST FOR 60-72 MONTHS-OLD CHILDREN 158
Gülşen İlçi Küsmüş1*, Yıldız Güven2 158

HAYALET MUTFAK ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA 159
Ayça Sena ÖNALAN1, Zühal Okcu1* 159

1973 GENEL SEÇİMLERİ VE ERZİNCAN 160
Doç. Dr. Nuran KILAVUZ 160
İsmail DANIŞMAN 160

ASLI ÖZGE: SENARYO YAZARLIĞI VE YENI TÜRK SINEMASINDA KADINA DAIR 162
Şirin Dilli 162

YOKSULLUK VE ENERJİ TÜKETİMİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ 169
Doç. Dr. Mustafa HATİPLER 1* , Gizem SEYHAN 2 169

TOKSİK LİDERLİK İLE ÖRGÜTSEL SİNİZM İLİŞKİSİ: FİNANS KURULUŞLARI ÇALIŞANLARI İLE YAPILAN BİR UYGULAMA 177
Dr. Öğr. Üyesi Sibel AYBAR1 Dr.Öğr. Üyesi Murat KESEBİR2 177

MEREC VE CRITIC YÖNTEMLERİ İLE ELEKTRONİK TİCARET WEB SİTELERİNİN FARKINDALIĞINI YANSITAN FAKTÖRLERİN ÖNEM DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ 179
Dr. Öğr. Üyesi SERDAR YARLIKAŞ 179

A COMPREHENSIVE REVIEW ON CONSUMER LOANS LITERATURE BETWEEN 1996-2022 190
Nurgün KOMŞUOĞLU YILMAZ 190
Vedat ULUSOY 190
İlkay KARADUMAN 190

İLKOKUL ÖĞRENCİLERİNİN GÖZÜNDEN OKUDUĞUNU ANLAMA SÜREÇLERİ 192
Esat DOĞRU1*, Doç. Dr. Süleyman Erkam SULAK2 192

THE LEVELS OF CLASSROOM TEACHERS PERCEIVED 'EXCEPTIONAL COMMUNICATION LOAD' IN THE CONTEXT OF THE COVID – 19 EPIDEMIC 206
Gizem ÇAR1 Dr. Öğr. Üyesi Cevdet ŞANLI2 206

INVESTIGATION OF THE DISTRIBUTION OF AUGMENTED REALITY APPLICATIONS USED IN SECONDARY SCHOOL SCIENCE EDUCATION OVER CLASS AND UNIT 209
Turan Can Genç 1*, Murat Çetinkaya 2 209

LONG MEMORY OF EMERGING GLOBAL CRYPTO MARKETS 216
Assist. Prof. Dr. Deniz MACİT* 216

COMMUNITY PARTICIPATION IN ECOTOURISM PROGRAMS AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT AMONG IDENTIFIED ECOTOURISM SITES IN DAVAO REGION 227
Ritchel P. Villaver 227

INTERNET-BASED TOURISM PROMOTION AND TOURIST TRAVEL INTENTIONS AMIDST COVID-19 PANDEMIC IN TAGUM CITY 233
Ritchel P. Villaver 1, Claire R. Catamora2, Clarizze Joy S. Mariscal3, Joshua M. Salinas[4] 233

BAR SAFETY AND SECURITY IN TAGUM CITY: BASIS FOR ENHANCEMENT PROPOSAL 234
*Joanne T. Mamites *Mark Dave B. Marimon *Andy Silva R. Nistal *Fitz Patrick J. Villena 234

RELATIONSHIP AMONG SERVICE QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY AMONG LOCAL RESTAURANTS IN TAGUM CITY 235
Noah James S. Sitier 235

"QURUM" TOPONIMI HAQIDA 236
JUMAYEV G'AYRATJON ISMATULLO O'G'LI 236

AZƏRBAYCANIN DÖVLƏT İNFORMASİYA SİYASƏTİNİN TARİXİ İNKİŞAF MƏRHƏLƏLƏRİ 240
Dosent əvəzi Dr. Aytekin Zeynalova 240

THE INFLUENCE OF WATCHING CARTOONS ON CHILDREN'S DEVELOPMENT: A QUANTITATIVE STUDY 244
Niel G. Amador, Christel S. Baleros, Antoinette H. Olita, Lloyd Sajol, MPsy 244

UŞAQ TƏFƏKKÜRÜNÜN İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİ 245
kafedrasının f.f.d.dos Ə.M.Abdiyeva 245

TEACHING READING SKILLS THROUGH CALL AT BS LEVEL: A SURVEY 246
Dr. Muhammad SafdarBhatti 246
Maria Noor 246
Slamet Setiawan 246
RiniListyowati, S.S.,M.Pd. 246
JaftiyaturRohaniyah, ... 246
Siddhartha ShekharBiswas 246

AUTHENTIC LEADERSHIP AND ITS RELATIONSHIP TO WORK CLIMATE, EMPLOYEES' ATTITUDE AND TURNOVER AMONG HOTELS AND RESORTS IN REGION XI 247
Nexofelou |R. Gono 247

A NEW SOURCE OF CONFLICT IN THE SOUTH CAUCASUS: THE ARMENIAN MINORITY OR THE MESKHETIAN TURKS İSSUA IN TURKEY'S REGIONAL POLICY 248
Murad Asadov 248

İKİNCİ QARABAĞ SAVAŞINDA DÖVLƏT, XALQ, ORDU BİRLİYİNİN FORMALAŞMASINDA İLHAM ƏLİYEV FAKTORU 260
İbrahim Kazımbəyli 260

İKİNCİ KARABAĞ SAVAŞINDA DEVLET, HALK VE ORDU BİRLİĞİNİN OLUŞMASINDA İLHAM ALİYEV FAKTÖRÜ 262
İbrahim Kazımbeyli 262

THE ILHAM ALIYEV FACTOR IN THE FORMATION OF THE UNION OF THE STATE, THE PEOPLE, AND THE ARMY IN THE SECOND KARABAKH WAR 264
Ibrahim Kazimbayli 264

XORAZM DOSTONCHILIK MAKTABLARINING LOKAL XUSUSIYATLARI 266
Sabirova Nasiba Ergashevna 266

GLOBAL ENVIRONMENTAL PROBLEMS 273
Mamatqulova Mehrnoz 273

MAKTAB, KITOB VA BILIM MAVZUIDAGI MAQOLLARNI O'RGATISH TAJRIBASIDAN 276
Samandarova Lola Sultanovna – 276

TARIXIY-BIOGRAFIK ROMANNING HAYOTIY VA ADABIY-MA'RIFIY ASOSLARI 279
Samandarova Nigora Erkinovna 279

ARTIFICIAL INTELLIGENCE-BASED APPLICATIONS: RECENT TRENDS AND INNOVATIONS 283
Prakash Chandra Kasera 283

ERKIN SAMANDARNING "QUYUN IZLARI YOXUD OGAHIY" ROMANIDA TURG'UN O'XSHATISHLARNING ASAAR BADIIYATIDAGI O'RNI 286
o'qituvchisi Atajanov Sarvar Samandarovich, ... 286

BİR KERE YÜKSELEN BAYRAK BİR DAHA İNMEZ 288
Aliyeva Leyla Elkhan 288

CLIENTS' ATTITUDE TOWARDS VIRAL MARKETING AND RETENTION AMONG SELECTED COOPERATIVE 294
Amelie L. Chico1, Charlyne Grace S. Cabangon2, Noelyn C. Caballero 2, and Jea Marie S. Painandos2 294

KARABAĞ'DA YIKILMIŞ MÜZELERİMİZİN RESTORASYONU VE TARİHİ MİRASIMIZIN TANITIMI . 295
Asadova Ayten Vagif 295

BIBLIONIMLARNING INTERTEKSTUALLIK FUNKSIYASI 304
Aqmanova Shahnoza Alimboyevna 304

"LAHJATU-L-LUG'OT" ASARINING YARALISHI XUSUSIDA 308
Radjapova Umida 308

THE ATTITUDE OF KARABAKH IN THE INTERNATIONAL POLITICS OF INDEPENDENT AZERBAIJAN 311
İbrahimova Narmin 311

COVID-19 UN DÜNYA IQTISADIYYATINA TƏSIRI 314
Əliyev İlqar Vüqar oğlu 314

INFLUENCE OF SERVICE QUALITY TO CUSTOMER SATISFACTION AMONG CATERING SERVICES IN TAGUM CITY 315
Lucela B. Regidor, PhD 315

İDMANIN SAĞLAMLIĞA FAYDALARI 316
Bayramov Rəhim Laçın Oğlu 316

DEVELOPMENT AND FINANCING OF PRIVATE EDUCATION IN SUB-SAHARAN AFRICA: JUSTIFICATION 318
Prakash Chandra Kasera 318

QARABAĞ DÖYÜŞLƏRININ AZYAŞLILARA TƏSIRI 322
Mirzəyeva Səkinə Ramil 322

KEKEMELİĞİN SINIFLANDIRILMASI VE KEKEME ÇOCUKLARIN MUAYENESİ 324
Baş müəllim Şahismayıl İsmayılov Namaz oğlu 324

SPEECH DISORDERS IN HEARING IMPAIRED CHILDREN 326
Baş müəllim Şahismayıl İsmayılov Namaz oğlu 326

KƏKƏLƏMƏNİN TƏSNİFATI VƏ KƏKƏLƏYƏN UŞAQLARIN MÜAYİNƏSİ 328
Baş müəllim Şahismayıl İsmayılov Namaz oğlu 328

SPEECH DISORDERS IN HEARING IMPAIRED CHILDREN 331
Baş müəllim Şahismayıl İsmayılov Namaz oğlu 331

İŞİTME ENGELLI ÇOCUKLARDA KONUŞMA BOZUKLUKLARI 333
Baş müəllim Şahismayıl İsmayılov Namaz oğlu 333

SAĞLAM GƏLƏCƏK 335
Məmmədova Selcan 335

SHUSHA DECLERATİON 336
Huseynov Ramiz Ramil 336

TÜRKLERİN İSLAMİYYET'E GEÇİŞİ 338
Aslanov Elmar Elşən oğlu 338

WOMEN'S CHALLENGES IN MODERN INDIA 340
Prakash Chandra Kasera 340

SHAHODAT ISAXONOVANING HIKOYALARIDA MILLIYLIK XUSUSIYATLARI 343
Gulimmetova Saodatjon, ... 343

USING A GENDER PERSPECTIVE TO ANALYSE INDIA'S NEW NATIONAL EDUCATION POLICY .346
Prakash Chandra Kasera.....346

GÖRÜNMƏYƏN QƏHRAMANLAR.....349
İbayev Ayxan Mehman oğlu.....349

COST-BENEFIT ANALYSIS OF CHILLI PRODUCTION AND ITS IMPACT ON CHILLI GROWERS DISTRICT KHAIRPUR (mir's), SINDH, PAKISTAN.....350
TahmeenaSolangi1 350
Darya KhanSanjrani2 350
Govind Kumar3 350

THE INFLUENCE OF THE ASPECTS OF THE PERSONALITY TO ACADEMIC PROCRASTINATION OF THE SELECTED COLLEGES IN TAGUM CITY.....351
Edlyn Joy P. Espiritu 351
Rae Ann G. Feguracion, Miles Grace Bautista, Jibriel Mapuro 351

RESTORATION OF HISTORICAL MONUMENTS AFTER THE SECOND KARABAKH WAR 352
Balishova Leman Elman.....352

RESTORATİON OF MATERİAL AND CULTURAL HERİTAGE OF KARABAKH 354
Osmanova Nubar Ilqar.....354

STUDY OF KARAKALPAK MYTHS AND LEGENDS 356
PhD. Allambergenova Inabat Khasanbaevna 356

AZƏRBAYCANIN SUMQAYIT ŞƏHƏRİNİN MÜASİR MÜHİTİ.....360
Əmirşahova Sevda Hüseynağa 360

AZƏRBAYCANIN SUMQAYIT ŞƏHƏRİNİN MÜASİR MÜHİTİ.....362
Amirshahova to Sevda Huseynaga.....362

ŞƏRQDƏ İLK DEMOKRATİK RESPUBLİKA-AXC 364
Cəlilova Səbinə Elçin 364

THE LIVED EXPERIENCES OF PUBLIC HIGH SCHOOL STUDENTS AS TEENAGE PARENTS.....366
Jana Ross D. Mamaril*1, Megan Alexandrea L. Macla*1, Jenalyn C. Mapalo *1, & Jovany Gleen L. Allawan*2 366

KAYOD PA 'RIN: LIVED EXPERIENCES OF TRICYCLE DRIVERS AMIDST COVID-19 PANDEMIC . 367
EDLYN JOY P. ESPIRITU 367
CHRYZENA I. DE LOS REYES, KISHIA MELVS C. PASINABO, MISSY GYLE G. SAGUIRRE, MICA S. SAYCON, ALEX CADAO, JR. 367

COMPANION OR RIVAL?: EXPERIENCES OF HAVING MANY SIBLINGS OF PARTICIPANTS LIVING IN TAGUM CITY 368
Bacorio, Erica May, Deguinion, Renjyl Gay, Gelbolingo, Gene Karl, Muñez, Dariene Mae, Tiguelo, Allanie 368

CLASSIFICATION OF STUTTERING AND EXAMINATION OF STUTTERING CHILDREN 369
Baş müəllim Şahismayıl Namazoğlu 369

KƏKƏLƏMƏNIN TƏSNIFATI VƏ KƏKƏLƏYƏN UŞAQLARIN MÜAYINƏSI 371
Baş müəllim Şahismayıl Namazoğlu 371

KEKEMELİĞİN SINIFLANDIRILMASI VE KEKEME ÇOCUKLARIN MUAYENESI 373
Baş müəllim Şahismayıl Namazoğlu 373

CHALLENGES IN QUALITY OF EDUCATION IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS (HEIS) OF PAKISTAN 375
Zohaib Hassan Sain 375

STUDENTS ASSESSMENT OF ONLINE EDUCATION DURING THE COVID-19 EPIDEMIC 376
Zohaib Hassan Sain 376

ŞUŞA MUZEYLƏRİ 377
Nazile Abdullazade 377

AVROPA İTTİFAQININ CƏNUBİ QAFQAZLA BAĞLI HUMANİTAR VƏ TEXNİKİ YARDIM PROQRAMLARI 379
X.Z.Hacıyeva 379

INTERNET-BASED TOURISM PROMOTION AND TOURIST TRAVEL INTENTIONS AMIDST COVID-19 PANDEMIC IN TAGUM CITY 380
CLAIRE R. CATAMORA , CLARIZZE JOY S. MARISCAL, JOSHUA M. SALINAS , RITCHEL P. VILLAVER, PhD 380

ON-SCREEN: A PHENOMENOLOGICAL STUDY ON EARLY DIGITAL EXPOSURE AMONG YOUNG ADOLESCENTS IN UM TAGUM COLLEGE 381
Jesus Emmanuel M. Saclot 381

FOLKLORSHUNOS OLIM, PROFESSOR S. RO'ZIMBOYEVNING ILMIY TADQIQOTLARI 382
Maxsuda Yusupboyevna Karimova 382

"HOSPITALITY GRADUATE STIMULUS EN ROUTE FOR HR CAREER" 386
1 Dr. Salla Vijay Kumar & 2 Ms. Saee Mhatre 386

MUHABBATNING YANGI TARONASI 388
Zumrad MASHARIPOVA 388

TEA WASTE - A SIGNIFICANT CONTRIBUTION TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND THE CIRCULAR ECONOMY. 394
Dr .Sumanta Bhattacharya 394
Arkadyuti Seth 394

ƏBU TƏMMAMIN AMMORİYANIN FƏTHİNƏ DAİR QƏSİDƏSİ 406
Natəvan Bağırova 406

EXPERIENCES OF STUDENT-MOTHERS IN THEIR ACADEMIC JOURNEY: A QUALITATIVE STUDY 407
Lucena Asidoy1, Bernadine R. Pond2, Angelica J. Beduya3, April Joy L. Miranda[4] 407

UNDERSTANDING THE "POLITICS OF REPRESENTATION" IN ADVANCED SOCIETIES 408
Prof. (Dr.) Quaisar Alam 408

SIGNIFICANCE OF "GEOPOLITICAL POWER" IN DETERMINING FOREIGN POLICIES AMONG NATIONS 416
Prof. (Dr.) Quaisar Alam 416

THE DIPLOMATIC ROLE IN RESOLVING THE "GLOBAL CONFLICT" 424
Prof. (Dr.) Quaisar Alam 424

INTERPRETING THE "FEMINIST THEORY" IN THE CONTEMPORARY WORLD 430
Prof. (Dr.) Quaisar Alam 430

"DEMOCRATISATION OF UNSC" IN THE GLOBALISED WORLD 437
Prof. (Dr.) Quaisar Alam 437

UNDERSTANDING THE DYNAMICS OF UAE "REAL ESTATE LAWS" 444
Prof. (Dr.) Quaisar Alam 444

ANALYZING "TRANSNATIONAL ACTORS" AND COLLECTIVE SECURITY 451
Prof. (Dr.) Quaisar Alam 451

ANALYSING THE DYNAMICS OF "CONSTRUCTIVISM" IN INTERNATIONAL RELATIONS 459
Prof.(Dr.) Quaisar Alam 459

G-20 AS A "STRATEGIC MULTILATERAL FORUM" IN REDEFINING THE CONTEMPORARY WORLD 466
Prof. (Dr.) Quaisar Alam 466

INDIA AND THE GLOBAL SOUTH: RELATIONS WITH AFRICA, LATIN AMERICA, INDIA AND WTO NEGOTIATIONS 472
Prof. (Dr.) Quaisar Alam 472

TÜRK DEVLETLER TEŞKİLATININ KARŞISINDA DURAN HANGİ ZORLUKLAR VE AŞAMALAR OLABİLİR? 479
Hümbətov Samir 479

ARİF HÜSEYNOV YARADICILIĞINDA "AĞDAMA İTHAF" TRİPTİXİ (İKONOQRAFİK TƏHLİL KONTEKSTİNDƏ) 481
Emil Raul oğlu Ağayev 481

KENT MARKALAŞMA SÜRECİNDE TASARIM ODAKLI DÜŞÜNME METODOLOJİSİNİN UYGULANMASI

Mustafa MAYDA

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Çanakkale / Türkiye

ORCİD ID: 0000-0003-4320-4524

ÖZET

Endüstri 4.0 sürecinde markaların rekabet etmesinin yanında, dijitalleşmeye bağlı olarak artık şehirlerin ve bölgelerinde küresel yarışta yer aldığı görülmektedir. Gerek politik gerekse ekonomik ve kültürel açıdan artık şehirler çok yönlü bir şekilde rekabete girmektedir. Bu durum yerel, ulusal ve küresel ölçekte kentlerin bir marka gibi pazarlanmasını ve disiplinler arası bir bakış açısı ile tanıtılmasını gerekli kılmaktadır. Bununla birlikte şehirler dijital görsel kültürün getirdiği dijital iletişim ve yönetişim sistemleri üzerinden yönetilmeye başlanmıştır. Bu minvalde bir kentin hem ulusal hem de küresel ölçekte rekabet edebilmesi ve kendini iyi konumlandırabilmesi için markalaşması elzem bir durum olarak gösterilebilir. Çünkü teknoloji referanslı dijitalleşme süreci ile şehircilik alanında yeni modeller ve yaklaşımlar söz konusu olmaktadır. Akıllı şehirler, şehir otonom otomasyon sistemleri, dijital toplum ve mobil insan-mobil şehir gibi yeni kavramlar insanın yaşadığı şehir ve dünya ile iletişimine yeni boyutlar getirmektedir.

Bu çalışmada; *Tasarım Odaklı Düşünme Metodolojisi* olarak isimlendirilen metodun kentlerin markalaşma sürecinde, sürecin daha verimli ve etkin yönetilebilmesine nasıl etki edebileceği ortaya konmaya çalışılmaktadır. Küresel ölçekte en etkili firma ve kuruluşlar tarafından uygulanan bu metot, alt dinamikleri açısından etkin süreç yönetimine imkan sağlamaktadır. Empati, Tanımlama, Fikir Üretme, Prototip ve Test Etme olarak beş alt bileşene sahip olan *Tasarım Odaklı Düşünme*, ürün ve hizmet geliştirme ya da yaratıcı-etkileşimli yönetişim modeli olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışmada *Tasarım Odaklı Düşünme Metodolojisinin* kent markalaşma süreçlerine nasıl entegre edilebileceği tartışılmaya çalışılmıştır. Çalışma betimsel bir yaklaşımla ele alınarak, ilgili literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

***Anahtar Kelimeler*:** Kent Markalaşması, Tasarım Odaklı Düşünme, Kalkınma.

APPLICATION OF DESIGN-FOCUSED THINKING METHODOLOGY IN THE CITY BRANDING PROCESS

ABSTRACT

In addition to the competition of brands in the Industry 4.0 process, it is now seen that cities and their regions take part in the global race due to digitalization. Both politically, economically and culturally, cities are now competing in a multi-faceted way. This situation necessitates the marketing of cities on

a local, national and global scale as a brand and promoting them with an interdisciplinary perspective. In addition, cities have begun to be managed through digital communication and governance systems brought about by digital visual culture. In this respect, branding of a city can be shown as an essential condition in order to compete and position itself well both on a national and global scale. Because, with the technology-referenced digitalization process, new models and approaches are in question in the field of urbanism. New concepts such as smart cities, city autonomous automation systems, digital society and mobile human-mobile city bring new dimensions to the communication of people with the city and the world.

In this study; It is tried to reveal how the method called Design-Oriented Thinking Methodology can affect the branding process of cities in a more efficient and effective management of the process. This method, which is applied by the most influential companies and organizations on a global scale, enables effective process management in terms of its sub-dynamics. Having five sub-components as Empathy, Identification, Idea Generation, Prototype and Testing, Design Thinking stands out as a product and service development or creative-interactive governance model. In this study, it has been tried to discuss how the Design Thinking Methodology can be integrated into the city branding processes. It is expected that the study will contribute to the relevant literature by considering it with a descriptive approach.

Keywords: Urban Branding, Design Thinking, Development.

GİRİŞ

Endüstri 4.0 sürecinde dijital görsel kültürün gelişimine bağlı olarak markalaşma alanında farklı yaklaşımların ortaya çıktığı görülmektedir. Bu bakımdan artık şehirler de bir marka gibi pazarlanarak küresel ölçekte rekabete girebilmek için markalaşma yoluna gitmektedirler. Dijital iletişim teknolojilerinin getirdiği avantajlar kent yönetimleri için kalkınmaya yönelik faaliyetlerinde yeni açılımlar oluşturmalarına imkan sağlamaktadır. Bu durumun sonucu olarak kalkınmayı sağlamak ve halkın refah seviyesini yükseltmek için kentlerin uluslararası alanda konumlanrma çabası içerisine girdiği görülmektedir. Bu hedeflere ulaşılması içinde kentin bir markaya dönüştürülerek, sahip olduğu tüm değerlerin katma değer oluşturacak şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir. Buna bağlı olarak şehrin sahip olduğu potansiyelin harekete geçirilerek istihdam, tanıtım, sosyal hayat, konforlu kent yaşamı gibi alanlarda yeni projelerin hayata geçirilmesi önemli olmaktadır. Bunun için kent markalaşması olarak kavramsallaştırılan bütüncül faaliyet sürecinin uygulanması, kentin küresel yarışta başarıya ulaşması için lokomotif bir güç olarak tarif edilebilir.

Kent markalaşması süreci çok yönlü bir süreç olup, kentin tüm dinamiklerini içine alan ve disiplinler arası bir bakış açısını gerektiren bir süreçtir. Kentin bir marka haline getirilmesi noktasında pazarlama teknikleri, iletişim teknikleri, strateji yönetimi, finansman yönetimi, siyasi otorite ve uluslararası standart ve kuralların geçerli olduğu çok başlıklı bir yapı söz konusudur. Bu çalışmada kent markalaşma süreçlerinde kullanılan geleneksel yöntem tekniklerden farklı olarak sürece Tasarım Odaklı Düşünme olarak isimlendirilen metodolojinin uygulanmasına yönelik öneriler getirilmektedir.

KENT MARKALAŞMASI SÜRECİNİN ALT DİNAMİKLERİ

Kent Markalaşması kavramı literatüre ilk olarak kent pazarlaması olarak 1970'lerde Britanya'nın sanayi kentleri olan Manchester, Birmingham ve Glassgow ile başlamıştır. Daha sonra ilk kent pazarlama projelerinin Almanya'da gerçekleştiği bilinmektedir. Bu gelişmeler sonucu 1990'ların sonuna doğru 11 Avrupa ülkesinin katılımıyla Kent Pazarlama Birliğinin kurulduğu görülmektedir (Telek, 2019). Kent Markalaşması aynı zamanda kente ölçülebilir ekonomik, sosyal ve kültürel alanda katma değer yaratmak için, marka yönetimi ve marka iletişim stratejisinden yararlanılan süreçler bütünü olarak ta tarif edilmektedir (Zeren, 2011). Bu tanımlamalardan anlaşılacağı üzere kent markalaşma sürecinde kentin tüm değerleri ile pazarlanmasına yönelik çok yönlü bir bakış açısının geliştirilmesi gerekmektedir.

Kent markalaşma süreci bünyesinde birçok başlığı barındırmaktadır. Kent Konumlandırma, Kent İmajı Oluşturma, Kent Kimliği Oluşturma, Kent Tanıtım Stratejisi Oluşturma, Sürdürülebilirlik Stratejisi Oluşturma gibi başlıklar markalaşma sürecinin faaliyet zeminini oluşturmaktadır (Vural, 2017). Bu başlıklar kentin bir markaya dönüştürülmesi noktasında kentin sosyal, kültürel ve ekonomik boyutunda köklü değişimlerin gerçekleştirilmesine olanak sağlamaktadır. Bu değişimler kentin küresel ölçekte rekabete girebilmesi için önemli olmaktadır. Çünkü küresel yarışta son dönemde ülkelerden ziyade kentlerin veya bölgelerin rekabete katılarak konum aldığı görülmektedir (Akturan & Oğuztimur, 2016). Bu konumlanma durumu Endüstri 4.0 sürecinin getirdiği dijital kültür normları üzerinden de hızlanmaktadır.

Markalaşma sürecinin verimli ve ölçülebilir olması için çeşitli başlıklarda stratejiler ortaya konmaktadır. Bunları;

- Marka bilinci stratejisi
- Markaya bağlılık stratejisi
- Algılama kalitesini artırma stratejisi
- Marka imaji stratejisi
- Entegre yönetim stratejisi
- Finansal ve ekonomik strateji
- Uluslararası pazarlama stratejisi
- Yatırım stratejileri, şeklinde sıralamak mümkündür (Özden & Kantar, 2021).

Bu stratejilere bakıldığında günümüz dijital küresel etkileşim içerisinde kentlerin konum alabilmesi için markalaşma süreçlerinde yeni yöntem ve yaklaşımların geliştirilmesi kaçınılmaz bir durumdur. Bu bakımdan Tasarım Odaklı Düşünme metodolojisi bu konuya yeni yaklaşımlar ve bakış açıları getirme noktasında potansiyel taşımaktadır.

TASARIM ODAKLI DÜŞÜNME METODOLOJİSİ (TOD)

Tasarım Odaklı Düşünme metodolojisi yirmi birinci yüzyılın problem çözme metodu olarak öne çıkmaktadır. TOD ilk olarak literatürde Herbert Simon'ın (Nobel iktisat ödülü sahibi) 1969 tarihli "Yapay Bilimler" isimli makalesinde görülmektedir. Metodun geliştirilmesi ve yüksek öğretimde kullanılması Stanford üniversitesi ile olmuştur. Metodun farklı disiplinlerde kullanılmasına yönelik çalışmaları ise, global tasarım şirketi IDEO'nun kurucusu Tim Brown yapmıştır (Gönen & Güvenir, 2019). Brown ; metodun merkezine insanı alarak problem çözme ve insan ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik Tasarım Odaklı Düşünme metodunu geliştirmiş ve uygulamaya yönelik projeler gerçekleştirmiştir.

TOD metodu; günümüzde küresel markaların strateji , ürün ve hizmet geliştirme gibi bir çok alandaki süreçlerinde kullandıkları bir metottur. Bundan dolayı metodun etki alanı çok geniş olup, popülerliğinin arttığı belirtilebilir. TOD metodunun pratikte uygulandığı alanlar aşağıda belirtilmiştir.

<u>Tasarım Odaklı Düşünme Metodunun Etki Alanı:</u>

- İnovasyon Yönetiminde
- Strateji Yönetiminde
- Karmaşık Problem Çözümünde
- Pazarlama / Marka Yönetiminde
- Yeni Jenerasyonun Yönetiminde (y, z ve alfa kuşağı)
- Sürekli İyileştirme Süreçlerinde

- Yeni İş Girişimi ve Startuplar
- Yeni Ürün ve Hizmet Geliştirme.

Tasarım Odaklı Düşünme metodolojisinin yapısı beş aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar; Empati, Tanımlama, Fikir Üretme, Prototip ve Test etme olarak belirtilmektedir. Metot; tasarımcı bakış açısının disiplinler arası bir bakış açısına dönüştürülerek, insanı merkeze alan çok yönlü bir yapıya dönüştürülmüştür (Solmaz, 2020). Günümüz dijital toplumunda tasarımcının bakış açısının dönüştürülerek, dijital insanın beklentilerini karşılayacak çok yönlü normların oluşturulması söz konusudur. Günümüz dijitalleşme sürecinde tasarımcı profiline bakıldığında, tasarımcının ürün veya hizmetin fonksiyonuna odaklanmak yerine, senkronize ve bağlantılı düşünce yapısı ile ürün veya hizmetin etki alanına giren tüm süreçlere odaklandığı görülmektedir (Arslan, 2022). Bu durum günümüzde TOD metodunun etki alanını genişleterek, özellikle de *kent markalaşması* sürecinde kullanılabilmesine olanak sağlamaktadır.

KENT MARKALAŞMASINA TOD METODUNUN ENTEGRASYONU

Tasarım Odaklı Düşünme metodunun farklı disiplinlerde uygulanması noktasında, kent markalaşması sürecinin çok daha verimli yönetilebilmesi ve aynı zamanda kentin küresel rekabette avantajlı bir pozisyona geçebilmesi için, metodun süreç boyunca tüm alt başlıklarda uygulanması önemli olmaktadır. Bu çerçevede metodun beş ana basamağı olan *Empati, Tanımlama, Fikir Üretme, Prototip* ve *Test* aşamalarının kent markalaşma sürecinin alt başlıkları ile entegre edilmesi gerekmektedir. Bu entegrasyon; markalaşma süreç yönetimi açısından sonuç odaklı yeni yaklaşımlar ortaya koymaktadır.

MARKALAŞMA SÜRECİNDE EMPATİ

Empati kavramının günümüz insanı için çok daha değerli hale geldiği söylenebilir. Çünkü dijital görsel kültür aynı zamanda paylaşım kültürüne de etki ederek, insanın çevresi ile ilişkisini biçimlendirmektedir. Empati kavramının günümüzde insan yaşamı için bu anlamda önemi daha da artmaktadır. Empati genel olarak insanın kendisini karşısındakinin yerine koyması veya kişinin duygularını başka nesnelere yansıtması olarak tarif edilmektedir (Mayda, 2021). Bu tanımdan hareketle TOD metodunun ilk aşaması olan empati aşamasında, kentin pazarlanmasına yönelik hedef kitle veya pazara yönelik çok yönlü empati yapılması gerekmekte. Bunun için aşağıda belirtilen soruların cevaplanması önemli olmakta.

Hedef Kitle ve Pazar ile ilgili sorular:

Soru-1: Markalaşma talebi kimden geldi?

Soru-2: Kent insanının profili ve kent ile ilişki biçimi nedir?

Soru-3: Markalaşma sürecine kimler katkı verecek?

Soru-4: Hedef kitle ve Pazar profili nedir?

Soru-5: Kentin mevcut imajı ve tanınırlık seviyesi nedir?

Soru-6: Kentin mevcut tanımı nedir?

Soru-7: Çevre, doğa ve coğrafi özellikler nelerdir?

Empati Çıktısı: Kavram, Sembol, Kişi, Sektör vb olabilir.

Bu soruların detaylı bir biçimde cevaplanması ile Empati Çıktısı olarak isimlendirilen bu aşamanın sonucu elde edilmektedir. Empati Çıktısı; hedef kitleyi çok yönlü bir şekilde tanımamızı sağlayan somut bilgidir.

MARKALAŞMA SÜRECİNDE TANIMLAMA

Tanımlama aşaması Empati aşamasından sonra gelen ve kentin çok yönlü bir şekilde analiz edildiği aşamadır. Tanımlama aşamasının sonunda, markalaşma sürecinde hedef kitleye aktarılmaya çalışılan kentin net bir tanımı elde edilir. Bu aşama için bazı başlıklar özelinde çeşit sorulara yanıtlar aranmak durumundadır. Tanımlama aşaması için sorular aşağıda belirtilmiştir.

Tanımlama ile ilgili sorular:

Soru-1: Şehir sınıflarından (Tarım şehri, Turizm vb.) hangisine giriyor?

Soru-2: Swot analiz raporu?

Soru-3: Kentin öncelikli potansiyel alanı nedir?

Soru-4: Hedef kitle ve pazara yönelik değer, özellik ve potansiyel alanı var mı?

Soru-5: Kentin nitelikli insan potansiyeli nedir?

Empati Uyumu:

Tanımlamanın Empati çıktısı ile temas var mı?

Tanımlama Direnci:

Hangi başlıklarda belirsizlik var?

Kentin Yumuşak ve Sert özellikleri nelerdir?

Tanım

Bu aşamanın sonunda yukarıda belirtilen sorulara doğru cevaplar verilmesiyle, kentin net bir tanımı elde edilebilmektedir.

MARKALAŞMA SÜRECİNDE FİKİR ÜRETME

Kentin net bir şekilde tanımı yapıldıktan sonra, hedef kitleye kenti etkili bir şekilde tanıtmak için kent hakkında çok yönlü fikir üretme aşamasına geçilmektedir. Bu aşamada çeşitli fikir üretme tekniklerinin kullanılması ile beraber, kent ile ilgili soruların yanıtlanması önemli olmaktadır. Soruların cevaplanması ve fikir üretme tekniklerinin kullanılması ile kent hakkında farklı bakış açılarına sahip bir çok fikir elde edilebilmektedir.

Fikir Üretme ile ilgili sorular:

Değer Önermesi:

Soru-1: Kentin en önemli üç özelliği nedir?

Soru-2: Kent hangi alanlarda ne vadedebilir?

Bozuculuk Düzeyi:

Soru-3: Kentin vadettikleri bölgesel, ulusal ve küresel ölçekte neyi değiştiriyor veya etkiliyor?

Soru-4: Rakip şehirlerden hangi yönüyle ayrışıyor?

Soru-5: Öncelikli potansiyelinin değerlendirilebilme seviyesi nedir?

Endüstri 4.0 Uyum Seviyesi:

Soru-6: Akıllı şehir yatırım potansiyeli ve projeleri nelerdir?

Soru-7: Dijital strateji çıktıları nelerdir?

Gelecek Entegrasyonu:

Soru-8: Gelecek Kuşak Vizyonu nedir?

Soru-9: Paylaşım Kültürü gelişim normları nedir?

Fikirler

Bu aşamanın sonunda elde edilen cevaplar ve uygulanan fikir üretme teknikleri ile kent hakkında çok yönlü ve çok sayıda farklı fikir elde edilebilmektedir.

MARKALAŞMA SÜRECİNDE PROTOTİP (UYGULAMA)

Bu aşamada markalaşma süreci ile ilgili projelerin uygulamada hayata geçmesi söz konusudur. Bu aşamaya kadar elde edilen veriler ışığında tercih edilen markalaşma stratejisinin bilgi seviyesi yüksek olmaktadır. Bu aşamada şimdiye kadar elde edilen verilerin prototipe aktarılabilmesi için başlıklardaki eylemlerin gerçekleştirilmesi ve sorulara cevap verilmesi gerekmektedir.

Prototip ile ilgili sorular:

Kent Kimliği ve İmajı:

Tanımlama çıktısına göre kimlik ve imajın oluşturulması.

Temsil Oranı:

Soru-1: Projelerde fikirler % kaç oranında temsil ediliyor?

Soru-2: Projelerde Fikirler kentin hangi özelliği, değer veya potansiyeli üzerinden temsil ediliyor?

Soru-3: Projelerin Bozuculuk Düzeyi; kentin hangi özelliği, değer veya potansiyeli üzerinden temsil ediliyor?

Soru-4: Projelerin Endüstri 4.0'a Uyum Seviyesi; kentin hangi özelliği, değer veya potansiyeli üzerinden temsil ediliyor?

Soru-5: Projelerin Gelecek Entegrasyonu; kentin hangi özelliği, değer veya potansiyeli üzerinden temsil ediliyor?

Soru-6: Projelerin Hedef Kitle ve Pazara uygunluğu; kentin hangi özelliği, değer veya potansiyeli üzerinden temsil ediliyor?

Proje Ekibi Performans Kriterlerinin oluşturulması.

Siyasi, Hukuki ve Mali Planlamanın yapılması.

İletişim Stratejisinin uygulanması.

Prototip aşamasının bir uygulama aşaması olduğu düşünüldüğünde, elde edilen doğru verilerin uygulamada verimli bir şekilde kullanılması önemli olmaktadır. Bu aşama ile bilgi seviyesi yüksek somut bir markalaşma projesi gerçekleşmiş olmaktadır.

MARKALAŞMA SÜRECİNDE TEST ETME

Prototip (uygulama) aşamasında somut hale gelmiş olan markalaşma projesi, sürdürülebilirlik, performans ve geri bildirim süreçleri açısından test edilmesi gerekmektedir. Aşağıda test aşaması ile ilgili başlıklar yer almaktadır.

Test Etme ile ilgili başlık ve sorular:

Kent Kimliği ve İmajının Kontrolü:

Olumsuz kavram, sembol ve göstergelerin tespit edilmesi.

Değer Önermesi Kontrolü:

Soru-1: Projelerde kentin en önemli üç özelliği ne oranda yer almış?

Soru-2: Projelerde kentin vaatleri ne oranda uygulanmış?

Fikir Kontrolü:

Soru-2: Üretilen fikirlerin % kaçı projelerde uygulanmış?

Soru-3: Uygulanan fikirlerde etkileşimi en yüksek fikirler hangisi?

Bozuculuk Düzey Kontrolü:

Soru-4: Projelerde Bozuculuk Düzeyi en yüksek olan üç proje nedir?

Soru-5: Projelerde Endüstri 4.0'a en uyumlu üç proje nedir?

Gelecek Entegrasyon Kontrolü:

Paylaşım Kültürü gelişim normlarının en çok uygulandığı üç proje?

Projelerde sürdürülebilirliği en yüksek üç proje nedir?

Süreç Kontrolü:

Projelerin siyasi, hukuki ve mali yapılarının çok yönlü test edilmesi.

İletişim Araç Kontrolü:

Projelerde en çok kullanılan iletişim araçları nelerdir?

Performans Testi:

Proje ekiplerinin performans testlerinin yapılması.

Markalaşma Test Raporunun oluşturulması.

Test aşaması ile birlikte, doğrulanmış bilgi, yöntem ve tekniklerle elde edilmiş bir kent markalaşma projesi elde edilmiş olunmaktadır.

SONUÇ

Tasarım Odaklı Düşünme Metodolojisi; Kent Markalaşması süreçlerinde, sürecin çok daha verimli ve etkili yönetilebilmesine katkı sağlamaktadır. Özellikle kentlerin markalaşma yolunda küresel ölçekte rekabet edebilmeleri için uygulanmaya yönelik farklı bilimsel çalışmaların yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Akturan, U., & Oğuztimur, S. (2016). Kent Markalaşması Kavramının İçeriği ve Gelişimi:Farklı Disiplinler Farklı Yaklaşımlar. *Planlama , 26*(2), 117-129.

Arslan, S. (2022). Sosyal Politikada Tasarım Odaklı Düşünme Modeli: İş Bulma Uygulamaları Üzerine Bir Saha Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 40*(1), 25-43.

Gönen, E., & Güvenir, C. (2019). Tasarım Odaklı Düşünce ile Üniversite Sanayi İş Biriliği Modeli. M. Tekin içinde, *II.Business &Organization Research Conference* (s. 165-176). İzmir: Yaşar University.

Mayda, M. (2021). Dijital Sinema ve Dizi Platformlarında Tasarımsal. *Uluslararası Tasarım ve Sineme Sempozyumu* (s. 283-292). İzmir: Ege Üniversitesi.

Özden, M., & Kantar, G. (2021). The Importance of Local Governments in the Urban Branding Process. *Journal of Yaşar University, 16*(62), 1005-1021.

Solmaz, R. (2020). *Tasarım Odaklı Düşünme Nedir? Tasarım Süreci / Design Thinking*. 11 22, 2022 tarihinde Teknoloji Tasarım: https://teknoloji-tasarim.com/tasarim-odakli-dusunme-nedir-tasarim-sureci/ adresinden alındı

Telek, s. (2019). MARKA KENT OLMANIN ÖNEMİ: ÇANAKKALE ÖRNEĞİ. *Yüksek Lisans Tezi*, 56. Çanakkale.

Vural, B. A. (2017). Kent Markalaşması Sürecinde Kalkınma Ajanslarının Rolü:İzmir Kalkınma Ajansı Örneği. *Global Media Journal TR Edition, 8*(15), 308-309.

Zeren, H. E. (2011). MARKA KENT OLUŞTURMA BAĞLAMINDA STRATEJİK KENT. *Doktora Tezi*, 33. Malatya.

CERTIFICATE

OF PARTICIPATION

THIS IS TO CERTIFY THAT

Mustafa MAYDA

has participated and presented in the 3RD INTERNATIONAL AZERBAIJAN CONGRESS ON HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES
on November 26-28, 2022 and orally presented the paper entitled
"APPLICATION OF DESIGN-FOCUSED THINKING METHODOLOGY IN THE CITY BRANDING PROCESS"

Dr. Baha Ahmet YILMAZ
Congress' Coordinator

Prof. Dr. Shahboz SHOEV
Vice President of Organization Committee

BZT

Given this on November 26-28, 2022 at Baku, Azerbaijan.