

Pazarlama Görünüşümüzü Nasıl Değiştirdi?
Mark Tungate
Çeviren: Fulya Çetin
MediaCat Yayıncılık
358 Sayfa, Temmuz 2013
İstanbul

Markalı **güzellik**

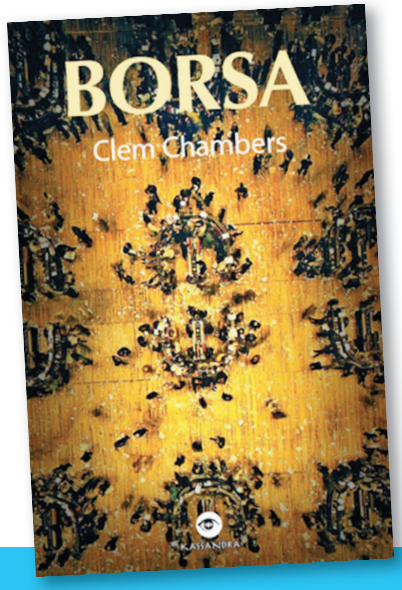
Marka ve iletişim alanında uzman gazeteci Mark Tungate küresel güzellik şirketlerinin görünüşümüzü ve dünyaya bakışımızı nasıl değiştirdiğine ışık tutuyor. Makyajdan cilt bakımına, şampuandan metroseksüelliğe, "organik" ürünlerden estetik cerrahiye ve kişisel temizliğe uzanan bir yelpazede güzellik ve kozmetik dünyasının tarihsel gelişimini zengin kaynaklar eşliğinde izlerken, bir yandan da pazarlamanın güzelliği bir sektör haline getirişinin tarihsel öyküsünü anlatıyor.

Max Factor, L'Oréal, Chanel, Dior, Nivea, Body Shop, M.A.C. ve Shiseido yolculuklarının perde arkasını öğrendiğimiz markalardan birkaçı. Kozmetik sektörünün küresel isimleriyle görüşmeleri de içeren kitap, güzellik algısı, markalama ve pazarlama arasındaki ilişkileri anlamak adına önemli bir adım.

Borsa'da **hızlı hareket eden kazanır**

Jim, işçi sınıfından gelen ve borsa grafiklerini 15 metrelik yol tabelalarıymış gibi okuyabilen harika bir çocuktur. Tuhaf becerisi onu getir götürcülükten ticaret yıldızlığına taşır. Bir dahi mi, yoksa bir kofti mi, onu bilmemektedir... Gizemli ticaret imparatoru Max Davas, NASA'dan daha fazla yazılım gücü kullanarak Amerikan hazinesinden milyarlar kazanmaktadır ama modellemeler ona bir şeylerin felakete yol açacak denli yanlış gideceğini gösteriyor. Onu dünyadaki en güçlü insanlardan biri yapan ticaret sistemi ona, bir yıl içerisinde, altının, petrolün, Microsoft'un değersiz olacağını ve doların dolaşımda bile olmayacağını söylemektedir. Euro, sterlin, yen, şeker, buğday, kahve... Hepsi sıfıra düşecek. Peki, ama tahminler kader midir? Yoksa bu Doğu Londralı çocuk borsanın anahtarını elinde mi tutmaktadır?

Borsa
Clem Chambers
Çeviri: Eser Ulun
Kassandra Yayınevi
366 Sayfa, Ağustos 2013
İstanbul





Saray arşivinde yer alan **600 yıllık eser**

Türk haritacılığının ve denizciliğinin en önemli kişilerinden biri olan Pir-i Reis, 16. yüzyılda ortaya koymuş olduğu eserlerle Osmanlı haritacılığı büyük bir atılım yapmıştır. 1513 yılında hazırlanmış olduğu büyük ölçekli dünya haritası Pir-i Reis'in haritacılıktaki başarısını kanıtlamakta. Bu harita Güney Batı Avrupa, Kuzey Batı Afrika, Güney Doğu ve Orta Amerika bölgelerine ek olarak yenidünya hakkında da bilgiler içeriyor. Enlemle boylam çizgileri olmayan, ancak kıyıları ve adaları içine alan portolan tipi bir haritadır. Pir-i Reis ikinci haritasını 1528-29 yıllarında hazırlıyor. Sadece bir parçası günümüze kadar gelen bu harita, Kuzey Atlas Okyanusu'nu ve Kuzey ve Orta Amerika'da yeni keşfedilen yerleri de içine alıyor.

Osmanlı coğrafyacı ve haritacılarına kılavuzluk eden, Doğu ve Batı kaynaklı harita ve coğrafya kitaplarının yanı sıra kuşatma planları, kent ve yöre tasvirleri gibi özgün Osmanlı eserlerine de yer verilen katalog Türkçe ve İngilizce dillerinde yayımlandı. Katalogda aynı zamanda Prof. Dr. İdris Bostan, Prof. Dr. Mahmut Ak, Prof. Dr. Günsel Renda ve Doç. Dr. Fikret Sarıcaoğlu'nun kaleme aldığı makaleler de yer alıyor. Katalogda, Saray Arşivi koleksiyonuna ait toplam 63 esere yer veriliyor.

Piri Reisten Önce ve Sonra Topkapı Sarayında Haritalar
Bilkent Kültür Girişimi
235 Sayfa, Temmuz 2013
İstanbul

KİTAP GÖNDERMEK İÇİN...
Gülder DEMİR | *gulder.demir@dunya.com*
Ekonomik Forum Dergisi, Dünya Yayıncılık AŞ,
100. Yıl Mahallesi, Kat: 3 34440 Bağcılar/İSTANBUL

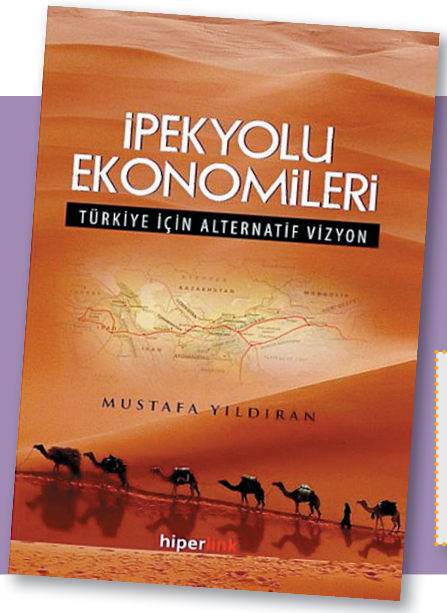
Post-dijital dünyamızda **artık her şey mobil**

Mobil pazarlama havuzuna dalmak isteyen şirketler ve dâhiyane mobil kampanyalar düzenlemek isteyen reklamcılar için... İşinizi büyütmek için mobil pazarlamayı nasıl kullanacağınızı merak mı ediyorsunuz? QR kodlarını, mobil uygulamaları kullanmayı, mobil web sitenizin nasıl olması gerektiğini, SMS'in inceliklerini, lokasyon temelli pazarlamayı ve diğer mobil araçları bilmek mi istiyorsunuz? Fortune 500 şirketlerinin mobil pazarlamayı nasıl kullandıklarını mı araştırıyorsunuz?

Mobil Pazarlama Hakkında Her Şey
Jeanne Hopkins&Jamie Turner
Çeviri: Başak Gündüz
Optimist Yayınevi
286 Sayfa, Eylül 2013
İstanbul



Mobil Pazarlama Hakkında Her Şey, tam olarak bu tür sorunlarınıza yanıt veriyor. Kitapta, bir mobil pazarlama kampanyasını nasıl hazırlayacağınız, başlatacağınız ve yürüteceğinizle ilgili sorularınızı her yönüyle ele alınıyor. Yaygın mobil medya hatalarından kaçınmak, mobil merkezli ilginç içerikleri nasıl üreteceğinizi keşfetmek ve verimli satış döngüsü yakalamak için çok vakit olmadığı biliniyor. Dolayısıyla sizi geciktirmeden mobil pazarlamaya sokacak başlama vuruşunuzu yapacak ve size işin ince noktalarını öğreten bu kitap yol haritanızı oluşturuyor. Unutmayın, mobil pazarlamayı gerçekten anlamak için mobil pazarlamayı kullanmanız gerekir. Bu inanılmaz ve güçlü yeni aracın tüm nüanslarına gerçekten hâkim olmanın tek yolu bu.



İpek Yolu'nun **yeniden canlanışı**

İpek Yolu'nun fantastik mekânına ekonomi penceresinden bir yolculuk yapmayı hedefleyen kitap, herkesin masal zannettiği bir mekânın gerçek ve maddi boyutlarını ele alıyor. İpek Yolu'ndan bütün milletler ticari ve siyasi sebeplerle geçerken, Türkler yeniden hayat bulmak için geçti. Böylece Asya'nın doğusunu ve batısına bağlayan bir medeniyet yolunu inşa ederek, Türkiye yurt edinildi.

İpek Yolu ekonomileri, 90'lı yıllarda siyasi özgürlüklerini geliştirdikten sonra 2000'li yıllarda 15. yüzyıldaki ihtişamını yakalayabilecek bir atılımın içine girdiğini anlatan kitap, yeni İpek Yolu'nu iktisadi yönleriyle ortaya koyuyor.

Kitap, İpek Yolu'nun enerji kaynaklı gelişimini, Türkiye odağında bir fırsat vizyonunun ekonomi politiğini, İpek Yolu çevresindeki ülke ekonomilerinin gelişmelerini anlatıyor. Türkiye'nin tarihi kökenlerinin getirdiği iktisadi fırsatları bir ekonomik ödül haline getirebilmesinin yol ve yordamları üzerine kurulabilecek bir vizyonun çerçevesini çiziyor.

İpekyolu Ekonomileri
Mustafa Yıldırım
Hiperlink Yayınevi
166 Sayfa, Temmuz 2013
İstanbul

Kurumsal iletişimin genel yapısı

İletişim, günümüzde diğer pek çok alanda olduğu gibi kurumlarda da büyük bir önem taşıyor. Gerek kurum içi, gerek kurum dışı ilişkilerde belirleyici özellikler barındıran iletişim faaliyetleri, kurumların genel yapılanması açısından da hayati nitelikte. Bu bağlamda kurumun kültürü, kimliği, imajı ve itibarının oluşturulduğu bir alan olarak tanımlanan "kurumsal iletişim" konusu birçok farklı bakımdan ele alınıyor. Teoriden Pratiğe Kurumsal İletişim, akademik ve sektörel anlamda her geçen gün daha fazla önem kazanan bir çalışma alanına kapsamlı bakışıyla hem konuya dair akademik merakı hem de reel sektör içerisindeki dinamikleri kavramak için benzersiz bir kaynak.

Kitapta iletişim faktörünün organizasyonel anlamda büyük önem kazanmasıyla birlikte başlı başına bir çalışma alanı haline gelen kurumsal iletişimin ifade ettikleri teorik açıdan karşılaştırmalı olarak inceleniyor, ardından bu teorik bilgilerden nasıl faydalanılacağı pratik çerçevede ve muhtemel durumlar dâhilinde özetleniyor.

Teoriden Pratiğe Kurumsal İletişim
Z. Beril Akıncı Vural&Mikail Bat
İletişim Yayınları
344 Sayfa, Ekim 2013
İstanbul

