

ALDANTE FİKİRLER USTALIK İSTER: ADforce Üniversite Ziyaretleri



Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Kulübü tarafından düzenlenen ALDANTE FİKİRLER USTALIK İSTER: ADforce Üniversite Ziyaretleri etkinliği 28 Mayıs 13.00'da Merkezi Derslik Çatalhöyük Amfisi'nde gerçekleştirildi.

Etkinliğe, İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. İmran Aslan, İletişim Fakültesi öğretim üyeleri ve öğrencileri katıldı. Etkinlikte konuşmacı olarak yer alan PASTAVILLA Propaganda Reklam Fikirleri Kreatif Direktörü Mustafa Küçükkalıpcı ve PASTAVILLA Kurumsal İletişim Müdürü Buket Özbay'a Dekan Prof. Dr. İmran Aslan ve Reklamcılık Bölümü Başkanı Prof. Dr. Hüseyin Altunbaş tarafından hediye takdim edildi.

Reklamcılığa reklam yazarı olarak başladığını dile getiren Kreatif Direktörü Mustafa Küçükkalıpcı, on yılı aşkın süredir Propaganda Yaratıcı Yönetmenliği yaptığını söyledi. Mustafa Küçükkalıpcı, ayrıca ADforce Üniversite ziyaretlerine eğitmen olarak katıldığını ifade ederek öğrencilere, kariyerine ilk başladığında yaptığı işlerden ve tüketiciye doğrudan ulaşmanın öneminden bahsetti. Yapay zekanın iş süreçlerini değiştirdiğini ancak insanın yaratıcı düşüncesinin hala önemli olduğuna değindi.

Küçükkalıpcı, reklam yapımında mizahın önemine dikkat çekerek bu konuda çeşitli video örnekleri gösterdi. Aynı zamanda dijital mecralarda tüketicilerin dikkat süreleri üzerine konuşan Küçükkalıpcı, doğru mecra ve doğru fikir seçiminin önemini vurgulayarak konuşmasını sonlandırdı.

Etkinliğin devamında PASTAVILLA Kurumsal İletişim Müdürü Buket Özbay söz aldı. Buket Özbay, 32 yıllık bir marka olan PASTAVILLA'nın tarihçesine değindi. İlk olarak Kartal Makarna olarak bilinen markanın isim değişikliğiyle birlikte büyük bir gelişim sürecine girdiğini ifade etti.

PASTAVILLA'nın PUBG: Battlegrounds ya da bilinen kısa adıyla PUBG ile birlikte yürüttüğü 2 yıllık kampanyaya değinen Özbay, Mac&Cheese turnuvalarını anlattı. Katılımcılardan 6 saniyelik yaratıcı ve etkileyici reklam fikirleri beklediklerini belirtti. Öğrencilerin fikirlerini almak için verilen 1 saatlik aranın ardından devam eden etkinlikte fikirler değerlendirildi.

Etkinlik, öğrencilerle yapılan soru-cevapların ardından eğitimcilerin verdikleri reklam briefleri doğrultusunda öğrencilerin hazırladığı kampanyaları sunmalarıyla son buldu.

