

Yrd. Doç. Dr. Mehmet Cihan YAVUZ'un "Kent Markalaması" Konulu Kitabı Yayınlandı

"Kent Markalaması: Adana Marka Kimliğinin Geliştirilmesi" adlı kitap Adana Ticaret Odası'nın desteğiyle yayınlandı. Aslen bir doktora tez çalışması olan araştırma, **"Adana'nın kalkınarak bir marka kent olmasına teorik altyapı oluşturmak"** amacıyla hazırlanmıştı. Çalışma, 2002 yılından itibaren, beş yıllık bir süre içerisinde hazırlanarak 2007 yılının Ocak ayında tamamlanmıştı. Çalışmanın alt amaçlarından birisi, küreselleşen dünyada kentlerin kalkınması açısından önemi giderek artan **"kent markalaması"** konusuna açıklık kazandırmak olarak belirlenmişti.

Kitap kentin sosyal, kültürel ve ekonomik kalkınmasının "marka kent olma vizyonuna sahip olmaktan geçtiğine" vurgu yapıyor. Kitap ayrıca turizm, pazarlama ve yerel yönetimler alanlarında çalışma yapanlar ile kentsel kalkınma ve kent markalamasıyla ilgilenen kişi ve kurumlara temel bir kaynak niteliğinde. Bu yönüyle Adana Markası'nın geliştirilmesine katkı sağlıyor.

Adana Ticaret Odası Yayınları içerisinde yerini alan kitap, son on yıldır epeyce üzerinde durulan **"kentlerin marka haline getirilmesi"** konusunun kavramsallaştırılmasına bilimsel olarak değinmekte. Araştırma, bir kentin gelişmek / kalkınmak için, hangi yöntem temelinde markalanabileceğine ilişkin bir model önermekte. Dr. Yavuz'un bu çalışması, kent markalaması konusunda Türkiye'ye özgü ilk bilimsel çalışma olması yönüyle de ayrıca önemli.

Çalışmada, turizmi de kullanarak kalkınmaya ve zaman içerisinde olumlu imaja sahip, itibarlı, refah düzeyi yüksek ve başarılı bir kent markası geliştirmeye olanak tanıyacak olan, **"marka kimliği"** konusu ele alınarak araştırılmış. Araştırmada bilimsel analize konu veriler Adana'nın önemli yönetsel konumlarında bulunan paydaşlardan toplanmış. Bu paydaşlar arasında Adana'daki resmi ve gayri resmi kurum ve kuruluşların üst düzey pozisyonlarında yer alan ikiyüze yakın birey bulunmaktadır. Araştırmada, bilimsel yöntem olarak, bir uzlaşıya (konsensüs, mutabakat) ulaşmak için değişen fikirleri ortaya çıkarabilmek ve kolayca değiştirilebilmesine fırsat sağlamak için **"Delfi Yöntemi"** kullanılmış.

Kitapta, turizmi de kullanarak Adana'nın daha gelişmiş ve uluslararası düzeyde bilinen bir marka kent olmasına hizmet edebilecek dört marka kimliği teması öne çıkıyor. Bu temalar **"Planlı Kent"**, **"Sağlık Kenti"**, **"Modern Tarım Kenti"** ve **"Sosyokültürel Merkez-Eğlence Kenti"** şeklinde sıralanmakta.

Dr. Yavuz, önceden planlandığı gibi araştırma sonuçlarının kitap şeklinde, Adana'nın yönetim kademelerindeki ilgililere, okuyup incelemeleri için dağıtılmaya başlandığını ve çalışmanın sonuçları hakkında Adana kamuoyunu bilgilendirmek ve kolektif bir değerlendirmeye zemin hazırlamak için, "15-22 Nisan 2010 Turizm Haftası Etkinlikleri" kapsamında **15 Nisan 2010 Perşembe** günü Saat: 13:00'de **Adana Ticaret Odası Toplantı Salonu'nda "Turizmi Kullanarak Adana'yı Daha Gelişmiş Bir Kent Nasıl Yapabiliriz?"** isimli bir konferans verileceğini belirtti. 16.03.2010

Kitabın Künyesi:

Kent Markalaması: Adana Marka Kimliğinin Geliştirilmesi

Yrd. Doç. Dr. Mehmet Cihan YAVUZ

Adana: Adana Ticaret Odası Yayınları

15x21 cm, 190 sayfa

ISBN: 978-9944-60-564-9

Fiyatı: Adana Ticaret Odası'ndan temin edilebilir (0-322-3513911)

Bilgi ve İletişim: mcyavuz@cu.edu.tr