



NİTELİKLİ ARAŞTIRMA ve VERİ HİZMETLERİ
17 ŞUBAT 2026 SALI

ARAŞTIRMA-1

“TOBB Haftalık Ekonomi Bülteni” (09– 13 Şubat 2026)”
<https://www.tobb.org.tr/ekonomibulteni/Docs/2026/07.pdf>

Kaynak: TOBB

ARAŞTIRMA-2

“Hizmet Üretim Endeksi, Aralık 2025”
Hizmet üretim endeksi yıllık %4,2 arttı.
<https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/58333>

Kaynak: TÜİK

ARAŞTIRMA-3

“Teminat Bilgi Sistemi” duyurusuna ulaşmak için lütfen <https://www.itkib.org.tr/tr/bulten-2026-6685.html> linkini tıklayınız.

Kaynak: İTKİB

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



ARAŞTIRMA-4

"İTOSAM Söyleşileri Devam Ediyor"

https://www.ito.org.tr/tr/duyurular/detay/itosam-soylesileri-devam-ediyor_8

KOSGEB Kapasite Geliştirme Destek Programı Ücretsiz – Online - (19 Şubat 2026 Perşembe / Saat 11:00)"

<https://ito.org.tr/tr/etkinlikler/detay/kosgeb-kapasite-gelistirme-destek-programi?webview=>

Kaynak: İTO

ARAŞTIRMA-5

"Uluslararası Bakış Açısıyla 'Birleşme ve Devralmalar': Tanımı, Türleri, Faydaları, Süreci ve Kısa Tarihçesi" yazısına ulaşmak için lütfen

<https://www.alomaliye.com/2026/02/16/uluslararasi-bakis-acisiyla-birlesme-ve-devralmalar-tanimi-turleri-faydalari-sureci-ve-kisa-tarihcesi/> linkini tıklayınız.

Kaynak: Alo Maliye

ARAŞTIRMA-6

"Türkiye Rüzgârı ve Siyasi Kıyaslama" yazısına ulaşmak için lütfen

<https://www.setav.org/turkiye-ruzgari-ve-siyasi-kiyaslama> linkini tıklayınız.

Kaynak: SETA

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



ARAŞTIRMA-7

"Yapay Zekâ ve Büyük Ayrışma" yazısına ulaşmak için lütfen https://tasam.org/tr-TR/Icerik/75169/yapay_zeka_ve_buyuk_ayrisma linkini tıklayınız.

Kaynak: TASAM

ARAŞTIRMA-8

"Öğrenme Odaklı İletişimin Dönüştürücü Gücü"

İçinde bulunduğumuz çağ, iletişimin yalnızca mesaj aktarmakla sınırlı olmadığı; anlamın, bağlamın ve niyetin sürekli yeniden inşa edildiği bir dönem. Markalar artık ne söyledikleriyle değil, ne kadar hızlı öğrendikleri ve bu öğrenmeyi nasıl aksiyona dönüştürdükleriyle değerlendiriliyor. Bu nedenle iletişim, giderek daha fazla stratejik bir öğrenme disiplinine dönüşüyor.

Belirsizliklerle şekillenen bugünün iş dünyasında başarılı olan markalara yakından baktığımızda ortak bir refleks dikkat çekiyor: Bu markalar iletişimi statik bir anlatım alanı değil, sürekli geribildirim üreten yaşayan bir sistem olarak kurguluyor. Öğrenme odaklı iletişim yaklaşımı tam da bu noktada, markalara yalnızca anlatma değil, yön bulma kapasitesi kazandırıyor.

İletişimde Öğrenmeyi Yeniden Tanımlamak

Kurumsal iletişimde "öğrenme" kavramı çoğu zaman dar bir çerçevede ele alınıyor. Kampanya sonu raporları, performans tabloları ya da ölçüm sunumları, öğrenmenin kendisi sanılabiliyor. Oysa gerçek öğrenme, bilginin davranışa dönüşmesiyle anlam kazanır.

Öğrenme odaklı iletişim, üç temel boyutta şekillenir:

1. Dinleyen Sistemler Kurmak

Öğrenen iletişimin başlangıç noktası, markanın çevresini gerçekten dinleyebilmesidir.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



Bu dinleme; yalnızca sosyal medya verilerini ya da anket sonuçlarını değil, tüketicinin sessiz kaldığı alanları, tereddütlerini, çelişkilerini ve duygusal tepkilerini de kapsar. Dinlemek, yalnızca söylenenleri duymak değil; söylenmeyeni fark edebilme becerisidir.

2. Anlamlandırılan Zihinler Geliştirmek

Verinin gerçek değeri, doğru sorularla yorumlandığında ortaya çıkar. Öğrenen markalar sayılara bakmakla yetinmez; sayıların arkasındaki kültürel, sosyolojik ve psikolojik dinamikleri de analiz eder. Böylece iletişim kararları sezgiye değil, bağlamsal zekâyâ dayanır.

3. Uyarlayan ve Evrilen Yapılar Tasarlamak

Öğrenmenin asıl sınavı, değişim anında verilir. İçgörüler; iletişim dili, tonu ve mesaj mimarisi üzerinde somut karşılık bulmuyorsa öğrenme tamamlanmış sayılmaz. Öğrenen iletişim yapıları, hızlı revizyonlara izin veren esnek organizasyonel modellere dayanır.

Esnek olmak mı, tutarlı kalmak mı?

Öğrenme odaklı iletişim bu soruyu bir paradoks olmaktan çıkarır. Çünkü burada esneklik, değerlerden vazgeçmek anlamına gelmez; tutarlılık ise değişime direnmek değildir.

Esneklik, markanın çevresel sinyalleri hızla algılayarak iletişim biçimini güncellemesini sağlar. Tutarlılık ise bu güncellemelerin, markanın temel vaadi ve değerleriyle çelişmemesini garanti eder.

Öğrenen markalar, ne söylediklerinden çok neden söylediklerini sabit tutar. Mesajlar değişse bile anlam sürekliliği korunur.

Güven Ekonomisinde Öğrenen Markalar

Günümüzde tüketici güveni, markalar için en değerli sermayelerden biri. Açıklık, samimiyet ve empati; iletişimin temel dinamikleri haline gelmiş durumda. Öğrenme odaklı iletişim, markalara bu güveni inşa edebilmek için güçlü bir zemin sunar.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. ŞTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com



Hatasını kabul eden, geribildirimle yön değiştiren ve bunu şeffaf biçimde ifade eden markalar; kusursuz görünmeye çalışanlardan çok daha güçlü bağlar kurar. Çünkü öğrenme, markayı insanileştirir. İnsan gibi düşünen, dinleyen ve gelişen markalar, güven ekonomisinde kalıcı avantaj sağlar.

Öğrenen İletişimi Kurumsallaştırmak

Öğrenme odaklı iletişim, ancak sistematik ve kurumsal bir yaklaşımla sürdürülebilir hale gelir. Bunun için:

- İletişim ekipleri, uygulayıcı rolden stratejik yorumlayıcı rolüne taşınır.
- Veri, departmanlar arasında dolaşabilen ortak bir dil haline getirilir.
- Kısa geribildirim döngüleriyle öğrenme–aksiyon süresi kısaltılır.

Bu yapı kurulduğunda iletişim, organizasyonun refleks sistemi gibi çalışmaya başlar. Bugünün ve yarının markaları için iletişim; çevresini algılayan, anlamlandıran ve kendini yeniden tanımlayan canlı bir organizmadır. Öğrenme odaklı iletişim yapıları, markalara yalnızca bugünü yönetme değil, geleceği öngörme ve şekillendirme gücü kazandırır. Bu yaklaşımı benimseyen markalar; belirsizlik dönemlerinde savrulmaz, kriz anlarında susmaz ve değişim karşısında donakalmaz. Çünkü öğrenen markalar, yalnızca konuşmaz; sürekli gelişir.

Kaynak: HBR Türkiye

Not: Lütfen detaylar için kırmızı yazıların üzerini tıklayınız.

OSKAR GÜMRÜK MÜŞAVİRLİğİ VE LOJİSTİK HİZMETLERİ. LTD. şTİ.

Giyim Sanatkarları Sitesi 4. Ada B Blok Kat: 5 No: 509 (Deposite Arkası) İkitelli/İST Tel: 444 60 27 (pbx)
www.oskarlojistik.com.tr www.oskargumruk.com.tr e-mail: info@oskargrup.com