



İSTANBUL TİCARET ODASI

Bilişim teknolojileri ve e-Ticaret Şubesi



BÜLTEN

MAYIS 2010



İSTANBUL TİCARET ODASI

BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ ve
e-TİCARET ŞUBESİ

BİLİŞİM VE e-TİCARET BÜLTENİ

Mayıs 2010

Her ayın ilk haftası İstanbul Ticaret
Odası Web Sitesinde Yayınlanır.

İLETİŞİM

Reşadiye Caddesi 34112 Eminönü
- İstanbul

Tel : 0212 455 64 20-21
Faks : 0212 455 64 47
e-mail : bilisim@ito.org.tr

Kaynak belirtilen haberlerde geçen
her türlü ifade, bilgi ve yorumların
sorumluluğu haber kaynağına ait
olup İTO sorumluluk kabul etmez.

İÇİNDEKİLER

- DİJİTAL MARKALAŞMA PANELİ
- SANAYİYE ÇEVRE İZİNİ MÜJDESİ
- SCHNEIDER ELECTRIC'DEN ÇEVRE DOSTU FABRİKA
- TÜRKİYE'DE YERLİ YAZILIMIN BUGÜNÜ VE GELECEĞİ
- AKILLI ŞEHİRLER TOPLANTISI İSTANBUL'DA YAPILACAK
- DÜNYA TELEKOMÜNİKASYON VE BİLGİ TOPLUMU GÜNÜ

● DİJİTAL MARKALAŞMA PANELİ

DİJİTAL MARKALAŞMA PANELİ



İstanbul Ticaret Odası
Meclis Salonu (5. Kat)

14 Nisan 2010 / Saat: 12:30 - 17:30

İstanbul Ticaret Odası Bilişim Teknolojileri ve e-Ticaret Şubesi tarafından 14 Nisan 2010 tarihinde İTO Meclis Salonu'nda düzenlenen "Dijital Markalaşma" panelinde, online pazarda nasıl marka olunacağı ele alındı. Panelin açılış konuşmasını yapan İTO Başkan Yardımcısı Dursun Topçu, teknolojinin gelişmesiyle birlikte yeni iş alanlarının da doğmaya başladığını söyledi. Topçu, "Marka, ülkenin petrolü değerinde. Günümüzde bir marka yaratma savaşı başlamıştır. Markalar, ülkenin değerlerini de yansıttığı için aslında ülkelerin markalaşmasına doğru gidiliyor. İtalyan ayakkabısı, Alman otomobili ve Japon elektroniği gibi. Bugün Türkiye de, Turquality ile bunu başardı. Turquality, dünyadaki ilk ve tek devlet destekli markalaşma projesi" dedi.

Topçu, KOBİ'lerin rekabet alanlarını genişletmede ileri teknolojiyi kullanmaları gerektiğini belirterek, ileri teknolojinin dijital markalaşmayı getireceğini söyledi. Topçu, uluslararası pazarda ürününü tanıtmak isteyen işletmelerin az maliyetle site kurup dünyaya hitap edebileceğini kaydederek, "Bunu yapan şirket, dünya şirketi haline gelecek" dedi.

Panelin oturum başkanlığını yürüten Yıldız Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Başkanı Prof. Dr. İbrahim Kırcova ise, internetin pazarlamayı derinden etkileyen bir yenilik olduğunu söyledi. Türkiye'nin dijital markalaşmada Batı'ya kıyasla işin başında olduğunu belirten Prof. Kırcova, "İşletmelerin çoğu, internetin fırsatlarını yeni fark etmeye başlıyor" dedi.

Prof. Kırcova, mobil internetin gelişmesiyle başka bir iş alanının da doğduğuna dikkat çekerek, "Bir iş yaparken, bütün araçları doğru kullanabilirseniz marka olursunuz. Günümüzde bu araçların en önemlisi ise internet. İnternetin bazı olumsuz yönleri de bulunuyor. Yaptığınız herhangi bir hata aynı gün içerisinde e-posta yoluyla milyonlarca kişiye ulaşabiliyor. İnternet demokratik bir ortamı oluştururken, aynı zamanda şirketin olumsuz yönünün duyurulmasına da neden oluyor. Bu konuda dikkatli olunmalı" diye konuştu.

MÜŞTERİ GİBİ DÜŞÜNÜN

Fasulye Bilişim Kurucu Ortağı Serkan Ünsal da, marka, logo ve kurumsal kimliğin firmayı tanıtan temel öğeler olduğunu belirtti. Ünsal, "Önce farklılaşmak gerekiyor ki, kurumsal kimliğiniz ve markanız oluşsun. Marka; deneyim, duyum, imaj ve algı ile oluşuyor. Ayrıca, rakiplerin sunduklarına, müşterinin ihtiyaçlarına ve şirketin neler yapabileceğine de bakılmalı" diye konuştu.

More Click Dijital Ajans Başkanı Volkan İnanç ise, e-markaya uygun web sitesinin nasıl olması gerektiğini anlattı. İnanç, şöyle konuştu: "Tasarımına başlamadan önce müşteri gibi düşünün. Sade ve anlaşılır olun. Dünyanın en başarılı siteleri sadedir. Kullanıcı, sitenizde gezerken; kiminle iş yapıyorum, şu an sitenin neresindeyim, neyi inceliyorum, nasıl irtibat kuracağım sorularına cevap bulamıyorsa siteyi terk eder. Hakkınızda da olumlu imaj kalmaz."

DİYALOG YARATILMALI

LuckyEye Kurucu Ortağı ve Genel Müdürü Burak Özcan da, Türkiye'nin online pazarı kullanan 16'ncı ülke olduğunu hatırlattı. İnternette tüm yaş grubuna hitap edilebileceğini kaydeden Özcan, Türkiye'de tüm ev halkının internet kullanım oranının yüzde 23 olduğunu aktardı. Özcan, 2009'da ADSL abone sayısının yüzde 7 artarak 6.2 milyona ulaştığını belirterek, internetle birlikte pazarlamanın karşılıklı diyalog haline geldiğini söyledi. Özcan, "Firma; anlatacak, dinleyecek ve bilgileri kayıt altına alıp ölçecek. Sonra değerlendirecek. Ardından yeniden müşteriyle konuşacak" dedi.

Etkili internet sitesi nasıl olur

- *Konuşturan
- * İki yönlü
- * Edilgen
- * Ölçülmesi kolay
- * Sosyal medya
- * Demokrat
- * Dijital
- * Kalitatif

Marka olmanın adımları

- * Pazar araştırması yapılmalı
- * Pazardaki boşluklar belirlenmeli
- * Hedef müşteriler tanımlanmalı
- * Mesaj belirlenmeli
- * Müşteri-marka arasında bağ kurulmalı
- * Müşteri algısı sürekli yönetilmeli

İnternetin ticarete getirdiği yenilikler

- * Elektronik Pazarlama
- * Dijital reklamcılık
- * Elektronik pazar yerleri
- * e-sözleşmeler
- * Mobil iletişim

Site hazırlarken bunlara dikkat

- * Açık, sade ve anlaşılır dil kullanılmalı
- * İmla kurallarına dikkat edilmeli.
- * İçeriği güncel tutulmalı ve bilgi girişi sürekli olmalı
- * Yazılar kısa olmalı. Etkileyici bir başlık atılmalı
- * İçerik orijinal olmalı
- * Font ve renk seçiminde dikkatli olunmalı.
- * İçerik katılıma açık tutulmalı
- * Metinler ikinci çoğul kişi diliyle yazılmalı
- * Arama motorlarına uyumlu olmalı

Kalıcı markanın özelliği

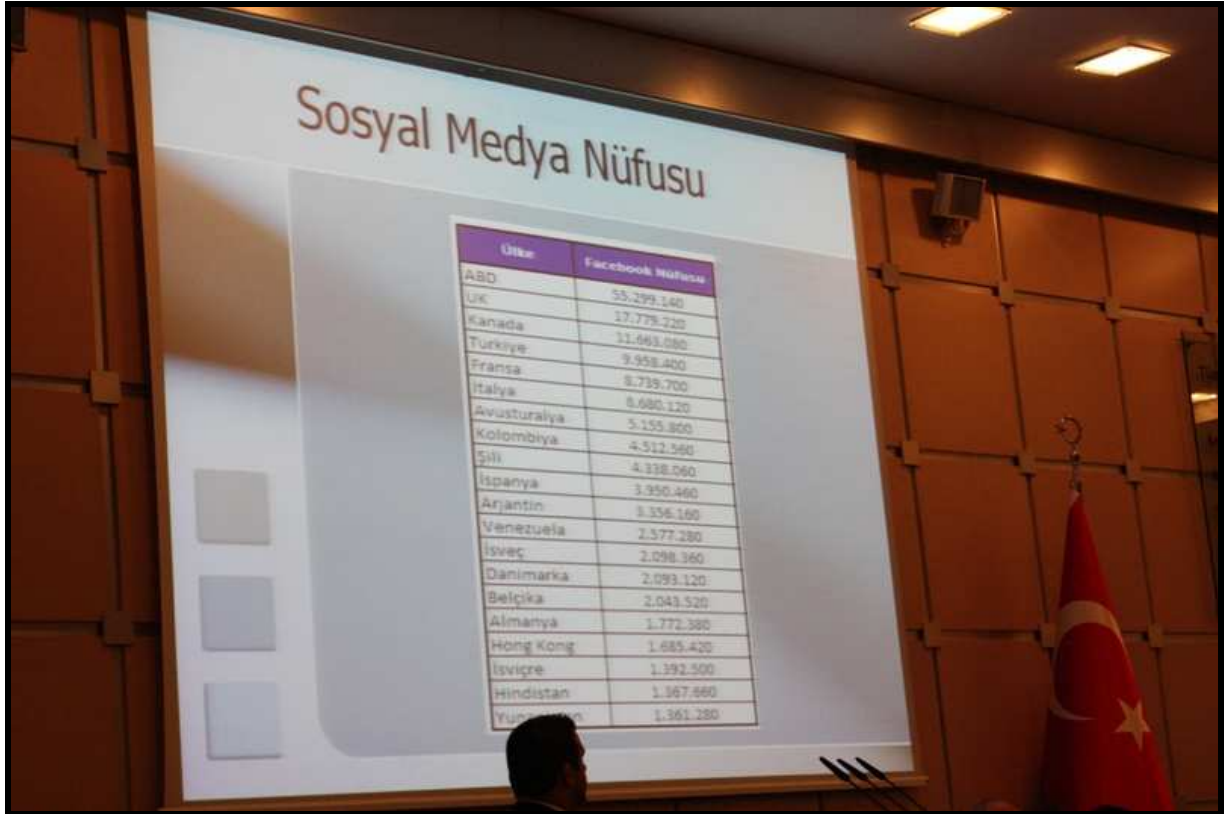
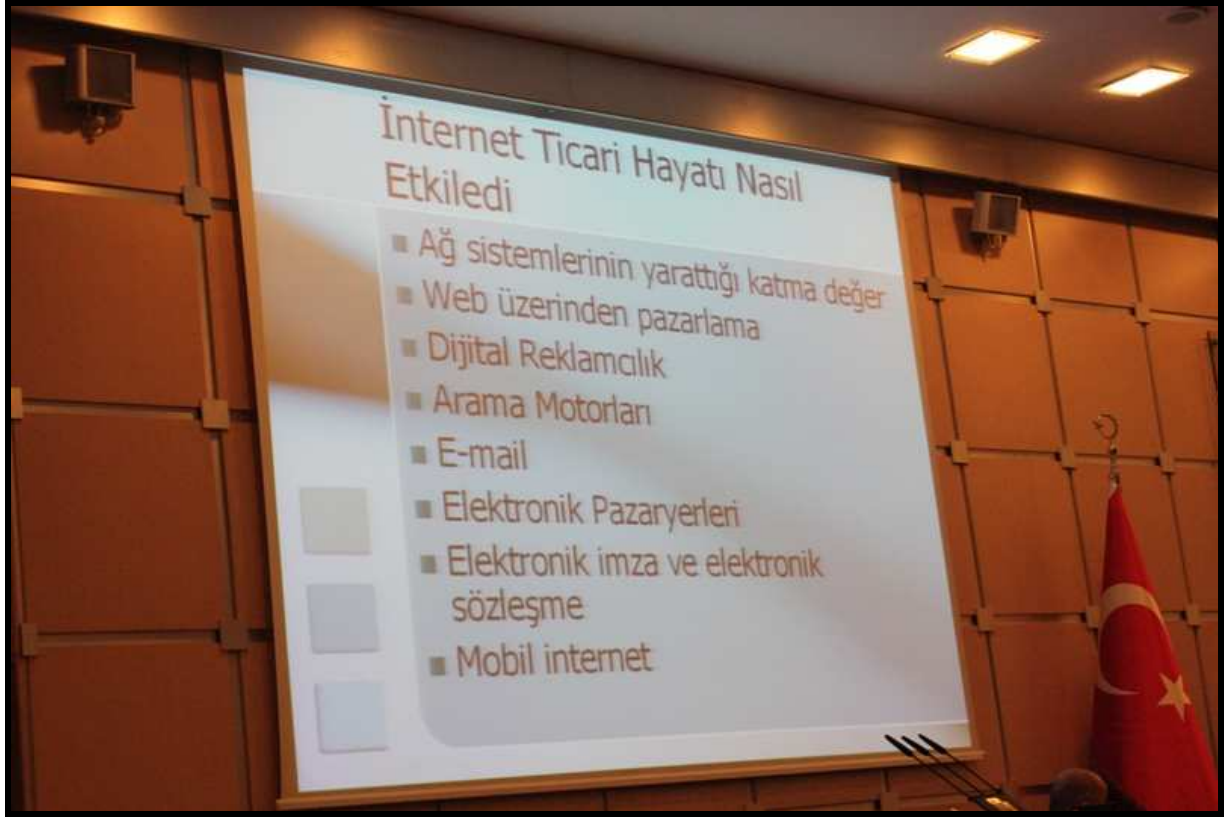
- * Telaffuzu kolay olmalı
- * İlgı çekici olmalı
- * Rakip isimlere benzememeli
- * Kısa olmalı
- * Negatif bir anlam içermemeli
- * Hiçbir dilde kötü anlamı olmamalı
- * Fayda hakkında bilgi vermeli
- * Doğru çağrışım yapmalı

Niçin internete reklam verilmeli

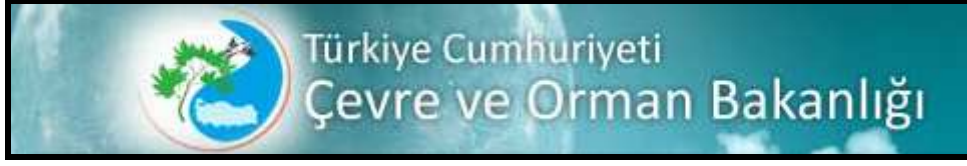
- * Ölçümlenebiliyor
- * Etkileşimli
- * Hedeflenebiliyor
- * Bireysel
- * Hızla optimize edilebiliyor
- * Düşük maliyetli

Panelden Fotoğraflar





● SANAYİYE ÇEVRE İZİNİ MÜJDESİ



Bilgi Toplumu Stratejisi (2006-2010) Eylem Planında 15. Eylem olarak yer alan ve Başbakanlık e-devlet danışma grubunca öncelikli 11 e-devlet projesi arasında yer alan Çevrimiçi Çevre İzinleri Projesi hayata geçti. Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü, çevreyi etkileyen alanlarda faaliyet gösteren tesislerin alması gereken izin ve lisansları 1 Nisan'dan itibaren tek kalemde ve elektronik ortamda "e-Çevre İzinleri" üzerinden vermeye başladı. Çevre ve Orman Bakanlığı Bilgi İşlem Daire Başkanlığı ve Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü'nün ortak çalışmasıyla hayata geçen proje hakkında bilgi veren Çevre ve Orman Bakanlığı Bilgi İşlem Daire Başkanı ve Proje Koordinatörü Ahmet Çivi "Çevrimiçi Çevre İzinleri, Çevre ve Orman Bakanlığı bünyesindeki tüm çevre izin ve lisanslarına yapılan başvuru ve değerlendirme aşamalarını içeren web tabanlı bir yazılımdır" dedi.

Çivi, Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü'ne bağlı daire başkanlıkları ve il müdürlükleri tarafından ayrı ayrı verilen deşarj izni, emisyon izni, gürültü izni, derin deniz deşarj izni ve atık lisansları başta olmak üzere tüm çevre izin ve lisanslarının tek bir çevre izni olarak alınacağını söyledi. Çivi sözlerini şu şekilde devam ettirdi: "Yeni sistemde işletmelerin kuruluş aşamasından itibaren almak zorunda oldukları çeşitli izin ve lisansların başvuruları tek bir noktadan yapılacak, bu başvurular yetkili otorite tarafından incelenerek uygun bulunması durumunda yine tek bir noktadan onaylanacak."

"Çevrimiçi Çevre İzinleri" yazılımının hayata geçmesiyle birlikte sanayiciler ve yetkili merciler açısından karşılaşılan problemlerin büyük ölçüde çözümleneceğini ifade eden Çivi, bilgi ve iletişim teknolojileri kullanılarak iş dünyasının işlerinin kolaylaşacağını, çevre izin ve lisans başvuru ve onay süreçlerinin elektronik ortamda ve e-imza ya da mobil imza kullanılarak yapılmasına da imkan sağlandığına dikkat çekti.

Sadece elektronik ortamda yürütülecek olan bu proje ile dosya alışverişinin ortadan kalktığını, kağıt israfının önüne geçildiğini ve zamandan tasarruf sağlandığını belirten Çivi, “bilgilerin elektronik ortamda ve tek çatı altında toplanması hem bilgi alışverişinin kolaylaşmasını hem de envanter sisteminin oluşmasını sağlayacaktır. Bu da denetim sistemine yardımcı olacaktır” dedi.

1 Temmuz’da 81 ilde

1 Nisan tarihi itibarıyla 14 ilde elektronik ve evrak üzerinden tek çevre izin ve lisans belgesi düzenlemesiyle sistemin başladığını belirten Çivi, 1 Temmuz 2010 itibarıyla ise tüm Türkiye’de elektronik ortamda uygulamanın hayata geçmiş olacağını söyledi. Çivi, e-Devlet Portalı’na da bütünleştirme çalışmalarının tamamlandığını söyleyerek sözlerine şu şekilde devam etti: “Çevre izinleri ve lisansları için başvurular çevre yönetim birimi veya çevre görevlisi bulunan işletmeler ya da bakanlıkça yetkilendirilmiş çevre danışmanlık şirketleri tarafından yapılabilecek. Aynı belgelerin tekrar istenmesi, benzer başvurular için ayrı belgeler alınması, farklı izin süreçlerinin yaşanması sorunlarını bitirecek olan yeni sistem, bürokrasiyi ve kırtasiyeciliği ortadan kaldıracak gibi, işletmelerin faaliyete geçme süresini kısaltacak ve yatırım ortamının iyileşmesine katkıda bulunacak. Sistem için oluşturulan yazılım programına Çevre ve Orman Bakanlığı internet sayfasının “Online İşlemler” menüsündeki “e-Çevre İzinleri” linkinden ulaşılabilir.”

BT HABER

SCHNEIDER ELECTRIC'TEN ÇEVRE DOSTU FABRİKA



Schneider Electric, küresel üretim merkezi ve ihracat üssü olarak konumlandığı yeni fabrikasını, Manisa'da düzenlediği resmi törenle açtı. Bugüne kadarki en doğaya uyumlu fabrika olduğu ifade edilen Schneider Electric fabrikasının, 8 Nisan'da "yeşil etkinlik" kapsamında geri dönüştürülmüş malzemeler ya da sürekliliği sağlanabilir malzemelerin kullanımıyla kurulan etkinlik alanında açılışı yapıldı. 73 bin metrekare alan üzerine kurulan fabrika, Türkiye'nin önemli sanayi bölgelerinden Manisa Organize Sanayi Bölgesi'nde hizmete açıldı.

Schneider Electric'in Manisa fabrikasının açılışı, Schneider Electric CEO'su Jean-Pascal Tricoire tarafından, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız'ın katılımıyla gerçekleşti. Fabrikanın açılış töreninde konuşma yapan Jean-Pascal Tricoire, dünyamızın temel sorunlarından birinin giderek artan enerji ihtiyacı olduğunu ve elektrik tüketiminin 2030 yılına kadar ikiye katlanacağını söyledi. Bu yüzden enerjiden tasarrufun ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının kaçınılmaz olduğunu belirten Tricoire, "Bizler Schneider Electric olarak şirketlerin optimum düzeyde enerji verimliliği gerçekleştirmelerini mümkün hale getiriyoruz. Bu son derece önemli, çünkü dünyada elektriğin yüzde 41'den fazlasını endüstriyel ve ticari binalar tüketiyor" dedi.

Yeni fabrikalarını Schneider Electric'in ihracat merkezi olarak konumlandıklarının altını çizen Tricoire: "Birçok Avrupa ülkesinin yanı sıra Kuzey Afrika'dan Güney Amerika'ya kadar çok geniş bir coğrafyaya yapacağımız ihracatı Manisa fabrikası ile gerçekleştireceğiz. Türkiye, Manisa Fabrikası ile küresel üretim merkezi ve ihracat üssü olacak" dedi. Fabrika'nın 1200 çalışanı ile istihdam sağlayacağını, gelecek yılda da gelişimi inovasyonla, yeni yatırımlarla ve istihdam artışıyla sürdürmek istediklerini kaydeden Tricoire: "Türkiye piyasası, Avrupa için en önemli ve en büyük üretici durumundadır. Buradaki enerjiyi güvenli ve etkili kullanmak istiyoruz. Bu doğrultuda, Türk şirketleri ve fabrikaları için de çözümler sunacağız" dedi.

AçılıŖta söz alan Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız, “Akdeniz havzasının, Amerika ve Çin’den sonra en büyük pazar halindedir. Enerji Bakanlığı olarak, AB ülkelerinin yenilenebilir enerji kaynak hedefinin altında değiliz” dedi. 2023’e kadar tüm yerli kaynakları harekete geçirecek bir politika uyguladıklarını belirten Yıldız, “Schneider’in yatırımlarını bu doğrultuda destekliyorum. Büyük enerji üreticileri temizliğe önem verdiğinde, dünya kirliliğine de çözüm bulabilmiş olacağız” dedi.

AçılıŖa katılan Schneider Electric Türkiye Genel Müdürü ve Balkanlar ve Ortadođu Bölge Başkanı Turhan Turhangil, “İlk aşamada 15 milyon avro yatırım yapılan fabrikanın yatırım miktarı, büyüme hızına bağlı olarak her yıl daha da artırılabilecek. Ekonomik Ŗartlara rağmen, önümüzdeki üç yılda Türkiye’de 50 milyon avroluk yatırım planı uygulamaya devam edeceğiz. Yeni fabrikamızın tüm yatırım aşamaları tamamlandığında Ŗu andakinin iki katı iş hacmine ulaşmayı hedefliyoruz” diye konuştu.

Enerji, altyapı, endüstri, bina otomasyonu ve veri merkezleri alanlarında faaliyet gösteren Schneider Electric, dünyada tüketilen enerjinin yüzde 72’si için verimlilik çözümleri sağlıyor.

● TÜRKiYE'DE YERLİ YAZILIMIN BUGÜNÜ VE GELECEĞİ

Yüksek katma değerli yazılım sektörü, İstanbul Ticaret Odası'nda (İTO) yapısal sorunlarını tartıştı. Sektör, devletin kendisinin yazılım yapmasını değil, yazılıma destek vermesini talep ediyor. İTO Bilgisayar Yazılım ve Büro Makineleri Meslek Komitesi, 'Türkiye'de Yerli Yazılımın Bugünü ve Geleceği' konulu bir zümre toplantısı düzenledi. Toplantının açılış konuşmasını yapan İTO Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Dursun Topçu, kalkınmada yazılım sektörüne öncelik veren ülkelerin bu alanda büyük bir ekonomi oluşturduğuna dikkat çekerek, "Türkiye de artık yazılım sektöründe ürün geliştiriyor ve ihracat yapıyor. Yerli yazılım sektörünün gelişmesi ve geleceği için altyapısı oluşturulmalı, nitelikli eleman ihtiyacı giderilmeli" dedi. Topçu, bu gelişmelerin Türkiye'nin bilgi toplumuna geçişinin itici gücü olacağını vurguladı.

Toplantıyı yöneten Bilgisayar Yazılım ve Büro Makineleri Meslek Komitesi Başkanı Ensari Yücel, yazılım pazarının büyüme oranının yüksek olduğunu dile getirdi. Yücel, "Ama yazılımın gerek gayri safi milli hasıla ve gerekse bilgi teknolojileri sektörü içindeki payı çok düşük. Bizim temel sorunumuz; bu payı nasıl büyüteceğimize" dedi.

OYUN VE EĞİTİM

Yazılım sektörünün, Türkiye için bir fırsat olduğunu dile getiren Uyumsoft Bilgi Sistemleri Genel Müdürü Mehmet Önder, dünya yazılım pazarının 250 milyar dolar civarında olduğunu söyledi. Türkiye'nin 1 milyar dolarlık yazılım piyasasıyla istatistiklere bile girmediğine dikkat çeken Önder, "Türkiye yazılımda oyun ve eğitimi ön plana çıkararak avantaj sağlayabilir. Dünya pazarından hizmet ve yazılımın alt yüklenicisi olarak pay alabiliriz" dedi. Sektörün yasal düzenlemelere de ihtiyaç duyduğunu belirten Önder, "Üniversite teknoparkları kâr odaklı çalışıyor. Üniversite ve yazılım dünyası birbirinden kopuk. TÜBİTAK gibi kuruluşlar kendi içine kapanmış durumdadır" şeklinde konuştu. Türkiye'nin yazılımda bazı ülkelerde marka olduğuna dikkat çeken Önder, bu avantajı iyi kullanması gerektiğine vurgu yaptı.

YAZILIMA PATENT YOK

Yazılım Sanayicileri Derneği (YASAD) Yönetim Kurulu Üyesi Gülara Tırpançeker, Türkiye'nin yazılıma patent vermediğini söyledi. Sektörün en büyük sorununun küçük ve mikro ölçekli firma yapıları nedeniyle sermaye yetersizliği olduğunu dile getiren Tırpançeker, Ar-Ge Kanunu'ndan yararlanabilen 5 bilişim teknolojisi şirketinin olduğuna da dikkat çekerek, sözlerini şöyle sürdürdü: "Kanun, en az 50 çalışana sahip firmaya yararlanma hakkı tanıyor. Sektörde şu anda 100 firma 250 ülkeye ihracat yapıyor. Sektör paydaşları arasındaki işbirliği ile Türkiye dünya yazılım pastasından önemli pay alabilir."

ÜRETİCİ OLMALIYIZ

Bilgisayar Yazılım ve Büro Makineleri Meslek Komitesi Üyesi Ragıp Mustafa Başbuğ, "Teknopark var ama Ar-Ge yok. Teknoparklar araştırma ve geliştirme yapmak için değil, vergi indiriminden yararlanmak için kullanılıyor. Vaka ağır. Sivil toplum kuruluşları, üniversiteler olarak hükümete bunu anlatmalıyız. Türkiye hem yazılım üretmek hem de yazılımı üreteni desteklemek zorunda" diye konuştu. Başbuğ, Türkiye'nin know-how üreticisi olma zorunluluğundan da söz ederek, sektörün devletin desteğine duyduğu ihtiyacı dile getirdi.

EN İYİ MAAŞ YAZILIMDA

Sektörün çok iyi maaşlarla istihdam sağladığının altını çizen TÜBİDER Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Yanartaş da, "Yazılım ihracatımızın ancak 10 binde birini karşılıyor ama yüksek katma değere sahip. Güç birliği yapamazsak ileride daha büyük sıkıntılar yaşarız" dedi. Yanartaş, sektörün birlikte hareket ederek, ortak çalışmalar yaparak yeni pazarlar bulacağını ve daha rekabetçi olacağını kaydettiği konuşmasını şöyle tamamladı: "Kümelenmeyi sağlamalı ve ortak satış kanalları oluşturmalıyız. Küçük firmalar olarak bilânço okumayı bile bilmiyoruz. Pazarlamada, ürün geliştirmede, müşteri ilişkileri yönetiminde de sıkıntılarımız var."

PARDUS MARKA OLACAK

TÜBİTAK Pardus Proje Yöneticisi Doç. Dr. Erkan Tekman, 2003 yılında başlayan ve öncelikle ulusal teknolojik bağımsızlığı kazanma felsefesi üzerine temellenen Pardus projesi ile ilgili konuştu. Tekman, “Pardus projesi, bilgi birikimini artırmak ve yüksek katma değerli üretim yapmak ve ürünlerin yol haritasına sahip olmak için oluşturuldu. Pardus’un bilgi teknolojilerinde bir marka olabilmesi için çalışıyoruz. Bunun sonucunda Pardus üzerinde çalışabilen yönetim sistemleri ortaya çıkacak ve yüksek katma değerli bir üretime geçilecek” bilgisini verdi. Tekman, kısa bir süre sonra 10’dan fazla üniversite ile işbirliğine başlayacaklarını da açıklayarak, “Yazılımda artık, fikri mülkiyetten çok fikri mükemmeliyet ön plana çıkıyor. Türkiye daha fazla özgür yazılım kullanmalı” şeklinde konuştu.

İSTANBUL TİCARET GAZETESİ

AKILLI ŞEHİRLER TOPLANTISI İSTANBUL’DA YAPILACAK

IBM’in düzenlediği “Akıllı Şehirler” toplantısı, Berlin ve New York’un ardından 6 Mayıs 2010 tarihinde İstanbul’da gerçekleştirilecek.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin işbirliğiyle Conrad Hotel’de düzenlenecek etkinlikte, IBM’in birbiriyle iletişim kurabilen teknolojilerle dünyanın işleyişini değiştirmek hedefiyle ortaya koyduğu Akıllı Dünya (Smarter Planet) vizyonu kapsamında tasarlanan Akıllı Şehir kavramı ve dünyadan örneklerle uygulanabilirliği anlatılacak.

Etkinlikte “Akıllı Şehirler” vizyonu dahilinde “akıllı ulaşım”, “akıllı vatandaşlık hizmetleri”, “risk ve kriz yönetim” konularında çeşitli sunumlar yapılacak.

BT HABER

DÜNYA TELEKOMÜNİKASYON VE BİLGİ TOPLUMU GÜNÜ

Birleşmiş Milletlerin Bilgi ve İletişim Teknolojileri alanında faaliyet gösteren uzmanlık kuruluşu ITU (Uluslar arası Telekomünikasyon Birliği – International Telecommunication Union)'nun kuruluş tarihi olan 17 Mayıs 1865, 1969 yılından bu güne ITU Konseyi tarafından Dünya Telekomünikasyon ve Bilgi Toplumu Günü olarak kutlanmakta.

Kutlamaların teması ve konsepti, ITU Konseyi tarafından belirlenen önemli bir konu başlığı çerçevesinde belirlenmekte. ITU Konseyi, bu yıl kutlanacak olan 2010 Dünya Telekomünikasyon ve Bilgi Toplumu Günü'nün “Bilgi ve İletişim Teknolojileri ile daha güzel bir yaşam, daha güzel şehirler” teması içerisinde kutlanılmasını kararlaştırdı.

Dünyanın birçok ülkesinde çeşitli aktiviteler ile kutlanacak olan 2010 Dünya Telekomünikasyon ve Bilgi Toplumu Günü, Ülkemizde de 17 Mayıs 2009 tarihinde, İstanbul Ticaret Odası ve Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu işbirliği çerçevesinde 09:00 – 14:00 saatleri arasında düzenlenecek “İş dünyası ve Akademik çevreler ile birlikte, Kamu Kurum ve Kuruluşlarının saygın isimlerinin katılacağı” yarım günlük bir panel ile, İstanbul Ticaret Odası merkez binasında kutlanacak.

İTO YAYINLARI (2009-2010)

- 2009-3 Organik Tarım Bakımından Türkiye'nin Potansiyeli, Bugünkü Durumu ve Geleceği
2009-4 Sosyal Güvenlik ve Vergi Mevzuatındaki Düzenlemelerin Etkileri
2009-9 E-Ticaret Güvenlik Rehberi
2009-10 Türkiye'de Optometrik Ürünler Sektörü
2009-11 Meslek Dalları İtibarıyla İstanbul'daki Meslek Liseleri
2009-12 Fiyat İndeksleri (=Price Indices)
2009-19 Halkla İlişkiler Yönetimi
2009-22 Makroekonomik Göstergeler (=Macroeconomic Indicators)
2009-23 İşletmelerde İş Etiği
2009-26 Vergi-Sosyal Güvenlik ve Ticaret İşlemleri Açısından Fatura Uygulama Rehberi
2009-27 KOBİ Girişimcileri İçin Yatırım Projelerinin Hazırlanması ve Değerlendirilmesi
2009-34 Devletin Bankacılık Sektöründe Düzenleyici Denetleyici Rolü ve Türkiye Uygulaması
2009-35 Türk Bankacılık Sektöründe Pazar Hakimiyeti ve Sektörün Rekabet Gücünün Uygumalı Analizi
2009-36 E-İhale
2009-37 Türkiye İnşaat Sektörü Hammadde Haritası
2009-38 İstanbul Ticaret Odası Yayın Broşürü
2009-39 Dersaadet Ticaret Odası 1882-1923: Türkiye Ticaretin Öncü Kuruluşu
2009-40 2010 Avrupa Kültür Başkenti İstanbul'da Gıda İşyerlerinin Potansiyeli Paneli (DVD)
2009-41 Türkiye İlaç Sanayi
2009-43 Türkiye'de Tıbbi Cihaz ve Malzeme İthalatı, Yarattığı Kayıplar ve Çözüm Önerileri
2009-44 Yeni Parakendecilik Sisteminde Toptancı Hallerinin İzlemesi Gereken Stratejiler
2009-45 İstanbul'un Ekonomik ve Sosyal Göstergeleri
2009-46 Social and Economic Indicators of Istanbul
2009-47 Rakamlarla Türkiye Ekonomisi
2009-48 Turkey in Figures
2009-50 Başarılı İhracatçılar 2008 (=Outstanding Exporters 2008)
2009-51 Sürdürülebilir kalkınma, yenilenebilir enerji kaynakları ve hidrojen enerjisi: Türkiye Değerlendirmesi
2009-52 2008 Yılı İstanbul Küçük Sanayi Kapasite Kullanım Araştırması
2009-53 Başarılı Vergi Mükellefleri: 2008 (Kitap-CD)
2010-7 Edebiyatımızda Ticaret ve Tacirler
2010-8 Haberlerden Yansıyan İTO
2010-9 Fiyat İndeksleri (Aylık)
2010-11 Osmanlı'dan Cumhuriyete Özel Girişimciliğe Yönelik Devlet Politikaları
2010-12 Büyümenin Yolu Afrika'dan Geçiyor
2010-16 Şehbender Raporlarına Göre I.Dünya Savaşı Öncesi Osmanlı Ticareti
2010-27 Karikatürlerle İstanbul'da Toplu Ulaşım
2010-33 Suyun İki Yakası

Dizi Numarası Almayan Prestij Yayınları:

- 2010 – Welcome to İstanbul (CD)
2010 – İstanbul'dan Selanik'e Türküler (CD)
2010 – Bir Hürriyet Türküsü (Çanakkale Savaşları Fotoğraf Albümü)