**Basın Bülteni 25 Temmuz 2018**

**Şirketler KSS’yi pazarlama aracı olarak görüyor**

**Boğaziçi Üniversitesi öğrencileri şirketlerin sosyal sorumluğa yaklaşımı konulu münazarada ezber bozan fikirleriyle derece elde etti. Bilkent Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Operational Research Kulübü tarafından bu yıl üçüncüsü düzenlenen BusinessPoint Münazara Yarışması’nda, Boğaziçi Üniversitesi öğrencileri ön plandaydı. Yarışmada Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü yeni mezunu Onurcan Yeşilkağıt ve Elektrik Elektronik Mühendisliği Bölümü yeni mezunu Fatih Koç, “Şirketler kurumsal sosyal sorumluluk etkinliklerini pazarlama aracı olarak görüyor ve kar odaklı yürütüyor” saptamaları ile dikkat çekti.**

Yapısı itibariyle Türkiye’de ilk ve tek iş hayatı simülasyonu olarak gösterilen Business Point’de elemeler sonucu seçilen 13’ü Boğaziçi Üniversitesi öğrencisi toplam 60 kişinin katıldığı yarışmada; üniversiteliler farklı aşamalarda pazarlama, finans, kriz çözümü ve ikna kabiliyetleri gibi gerçek iş hayatında sık sık karşılaşacakları alanları deneyimleme ve kendilerini test etme fırsatı buldular.

Boğaziçi Üniversitesi’nin yeni mezunlarından Onurcan Yeşilkağıt ve Fatih Koç, son aşamada “Şirketler topluma yönelik sorumluluklarını gerçekten toplumsal fayda için mi sürdürüyor; yoksa bu tür projeleri uygulama amacı markanın tanıtımı ve pazarlamasına mı hizmet ediyor?” sorusuna verdikleri cevapla yarışmada ilk beşe girdi.

Zorlu elemelerden sonra katıldıkları münazara yarışmasında sosyal sorumluluk projelerinin aslında pazarlama aracı olarak kullanıldığını, şirketlerin öncelikli amacının kar etmek olduğunu savunan ve bu alandan çarpıcı örnekler vererek dereceye giren Boğaziçi Üniversitesi mezunları Yeşilkağıt ve Koç yarışmadan para ödülü ve tam burslu MBA kazanırken, yarışmaya katılan bir diğer Boğaziçi Üniversitesi öğrencisi Ege Güçlü Aşan ikinci takımda yer almayı başararak para ödülü ve staj ödülünün sahibi oldu.

**-\*-**

**Basın bilgi:**

Meltem Demiryonar – desiBel Ajans - 0530 053 59 71 - meltem.demiryonar@desibelajans.com