



**SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM KAPSAMINDA
TASARLANAN MOBİL ARAYÜZ
UYGULAMA ÖNERİSİ**

(Yüksek Lisans Tezi)

Gökmen ÖNAL

Kütahya-2023

T.C.
KÜTAHYA DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı

Yüksek Lisans Tezi

**SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM KAPSAMINDA
TASARLANAN MOBİL ARAYÜZ UYGULAMA ÖNERİSİ**

Danışman:
Dr. Öğr. Üyesi Emine Pınar SAYGIN

Hazırlayan:
Gökmen ÖNAL

Kütahya – 2023

Kabul ve Onay

KÜTAHYA DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Sanat ve Tasarım Ana bilim dalında, 202185471011 öğrenci numaralı, Gökmen ÖNAL'ın hazırlamış olduğu “SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM KAPSAMINDA TASARLANAN MOBİL ARAYÜZ UYGULAMA ÖNERİSİ” başlıklı yüksek lisans/doktora tez çalışması ile ilgili tez savunma sınavı jüri tarafından yapılmış ve adayın tezinin OY BİRLİĞİ ile kabul edilmesine karar verilmiştir.

28/07/2023

Tez Jürisi	İmza	
	Kabul	Red
Dr. Öğr. Üyesi Emine Pınar SAYGIN (Danışman)		
Doç. Eren Evin KILIÇKAYA		
Doç. Selma ŞAHİN		

Onay

Doç. Dr. Arif KOLAY

Enstitü Müdürü

Bilimsel Etik Bildirimi

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım “*Sürdürülebilir Tüketim Kapsamında Tasarlanan Mobil Arayüz Uygulama Önerisi*” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

28/07/2023

Gökmen ÖNAL

Özgeçmiş

İlkokulu Selimiye ilkokulunda, ortaokulu İsmail Güner ortaokulunda, liseyi 1.Murat Anadolu Lisesi ve Özel Fen Bilimleri Lisesi'nde tamamladı. 2017 yılında Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü'nde lisans eğitimi almaya başladı. 2021 yılında Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalı Tezli Yüksek Lisans Programına başladı.



ÖZET

SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM KAPSAMINDA TASARLANAN MOBİL ARAYÜZ UYGULAMA ÖNERİSİ

ÖNAL, Gökmen

Yüksek Lisans Tezi, Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı

Tez Danışması: Dr. Öğr. Üyesi Emine Pınar SAYGIN

Temmuz, 2023, 91 sayfa

Teknoloji geliştikçe üretim artmış. Üretilen fazla ürünlerin tüketicilere satılabilmesi için çeşitli pazarlama stratejileri kullanılmıştır. Ürünlerdeki çeşit ve miktar bolluğu, uygulanan bazı pazarlama taktikleriyle birleşince tüketiciler ihtiyaçlarından fazlasını tüketir hale gelmişlerdir. Dünyadaki kıt kaynaklara rağmen tüketimin hızla artması beraberinde bazı sorunları da getirmiştir. Bu olumsuzluklara karşı sürdürülebilirlik bir çözüm önerisi olarak ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir tüketimin toplum içinde yaygınlaşması kıt kaynakların geleceğe kalması adına önemli bir adım olarak görülebilir. Bu noktada yine gelişen teknolojiden faydalanmak iyi bir seçenek olabilecektir. Teknolojinin gelişmesi ile grafik tasarımında çeşitli alanlar da gelişmiştir. Bu alanlardan birisi de arayüz tasarımıdır. Arayüz tasarımları aracılığıyla insanlara daha kolay ve etkin bir şekilde kullanabilecekleri deneyimler sunulmaktadır.

Bu tez çalışmasında kaynakların israfına karşı insanları sürdürülebilirlik hakkında bilinçlendirebilmek ve sürdürülebilir tüketimi yaygınlaştırmak amacıyla bir arayüz tasarımı geliştirilmiştir. Tez kapsamında yapılan uygulama çalışması, Uygulama literatürdeki bilimsel çalışmaların sonucu ortaya çıkan kavramlardan hareketle oluşturulmuştur. Çalışmada önce ilgili literatüre yer verilmiş, sonrasında tasarım uygulaması paylaşılmıştır. Bu çalışma ile bilimsel kaynaklardan beslenerek oluşturulan bu örnek tasarım ile sürdürülebilir tüketimi yaygınlaştırmaya ve kolaylaştırmaya yarayan bir adım atılması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, Mobil Arayüz Tasarımı, Sürdürülebilir Pazarlama, Sürdürülebilir Tüketim, Sürdürülebilirlik

ABSTRACT**MOBILE INTERFACE APPLICATION SUGGESTION DESIGNED FOR
SUSTAINABLE CONSUMPTION****ÖNAL, Gökmen****Master Thesis, Department of Arts and Design****Supervisor: Asst. Prof. Emine Pınar SAYGIN****July, 2023, 91 pages**

As technology improves, production increases. Various marketing strategies have been used to sell surplus products to consumers. When the abundance of variety and quantity in products are combined with some marketing tactics, consumers started to consume more than they need. Despite the scarce resources in the world, the rapid increase in consumption has brought some problems with it. Sustainability has emerged as a solution proposal against these negativities. The widespread use of sustainability and sustainable consumption in society can be seen as an important step towards keeping scarce resources for the future. At this point, it would also be a good option to take advantage of the developing technology. With the development of technology, various fields in graphic design have also developed. One of these areas is the interface design. Through interface designs, people are presented experiences that they can use more easily and effectively.

In this thesis, an interface design has been developed in order to raise awareness of people about sustainability against the waste of resources and to promote sustainable consumption. The application was created based on the concepts that emerged as a result of scientific studies in the literature. In the study, first the relevant literature is included, and then the design application is shared. With this study, it is aimed to take a step that helps to popularize and facilitate sustainable consumption with this exemplary design created by the help of scientific sources.

Keywords: Graphic Design, Mobile Interface Design, Sustainability, Sustainable Consumption, Sustainable Marketing

ÖNSÖZ

Kullanıcılara sürdürülebilirliği ve sürdürülebilir bir tüketim kavramlarını tanıtarak ve insanları sürdürülebilir tüketim konusunda bilinçlendirerek çevresel, ekonomik ve sosyal alandaki konularda dünyamıza olumlu etkiler sağlamak için SUSIVERSE mobil uygulama arayüz tasarımı yapılmıştır.

Bu tez çalışması boyunca bana katkı sağlayan ve bilgi birikimi ile yol gösteren danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Emine Pınar SAYGIN’a teşekkürlerimi sunarım.



İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET	v
ABSTRACT	vi
TABLolar LİSTESİ.....	x
GÖRSELLER LİSTESİ	xi
KISALTMALAR	xiii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM

1.1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI TARİHİ	5
1.2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI TANIMI.....	5
1.3. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI AMACI	6
1.4. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN ÜÇ BOYUTU	7
1.4.1. Sosyal Boyut	8
1.4.2. Çevresel Boyut.....	8
1.4.3. Ekonomik Boyut	9
1.5. SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM TANIMI.....	9
1.6. SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM KAVRAMI ORTAYA ÇIKMA NEDENLERİ.....	10

İKİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA

2.1. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA TARİHİ.....	12
2.2. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA TANIMI	13
2.3. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA ÖZELLİKLERİ	14
2.4. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMANIN ÖNEMLİ YÖNLERİ.....	15
2.4.1. Uzun Vadeli Planlama	15
2.4.2. Tutarlı Planlama	15
2.4.3. Planın Sorumlu Bir Şekilde Teslim Edilmesi	15
2.5. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA KARMASI	15

2.6. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA İLKELERİ.....16

2.6.1. Tüketici Odaklı Pazarlama.....	16
2.6.2. Yenilikçi Pazarlama	17
2.6.3. Müşteri Değeri Odaklı Pazarlama.....	17
2.6.4. Toplumsal Pazarlama.....	17
2.6.5. Misyon Anlayışlı Pazarlama	18

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAYÜZ TASARIMI

3.1. ARAYÜZ TASARIMININ TARİHİ20

3.2. ARAYÜZ TASARIMININ TANIMI21

3.3. ARAYÜZ TASARIMININ AMACI.....23

3.4. ARAYÜZ TASARIM İLKELERİ.....24

3.4.1. Yalınlık	24
3.4.2. Tutarlılık	25
3.4.3. Açıklık.....	25
3.4.4. Denge	26
3.4.5. Görsel Hiyerarşi	27
3.4.6. Vurgu	27
3.4.7. Oran / Orantı	28
3.4.8. Uyum / Bütünlük.....	29

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

UYGULAMA

4.1. UYGULAMA: SUSIVERSE KURUMSAL KİMLİK TASARIMI.....31

4.2. SUSIVERSE TASLAK VE UYGULAMA ÇALIŞMASI.....34

SONUÇ VE ÖNERİLER.....68

KAYNAKÇA70

DİZİN76

TABLolar LİSTESİ**Sayfa**

Tablo 2.1: Sürdürülebilirlik Perspektifinin Benimsenmesi ve Geleneksel Pazarlama Uygulamalarındaki Değişiklik Örnekleri Tablosu	13
Tablo 4.1: SUSIVERSE Uygulamasında 3-R Kuralına Uygun Sayfalar.....	67
Tablo 4.2: SUSIVERSE Uygulamasında Sürdürülebilirliğin Üç Boyutuna Uygun Sayfalar.....	67
Tablo 4.3: Tasarımda Yararlanılan Sürdürülebilir Pazarlamanın 4C Unsurları.....	67



GÖRSELLER LİSTESİ

Sayfa

Görsel 1.1: Sürdürülebilirliğin Üç Boyutu Şema Gösterimi	7
Görsel 2.1: Geleneksel Pazarlama Karmasının Sürdürülebilir Pazarlama Karmasına Evrimi	16
Görsel 3.1: Xerox Star 8010 Grafik Arayüz Kullanılan İlk Bilgisayar.....	20
Görsel 3.2: Mobil Arayüz Tasarımının İşleyiş Sistemi Örneği.....	22
Görsel 3.3: Arayüz Tasarımının Amacına Uygun Tasarlanmış Arayüz Tasarım Örneği	23
Görsel 3.4: Yalınlık İlkesine Örnek Bir Arayüz Tasarımı	25
Görsel 3.5: Açıklık İlkesine Örnek Bir Arayüz Tasarımı	26
Görsel 3.6: Denge İlkesine Örnek Bir Arayüz Tasarımı	26
Görsel 3.7: Görsel Hiyerarşi İlkesine Örnek Bir Arayüz Tasarımı.....	27
Görsel 3.8: Vurgu İlkesine Örnek Bir Arayüz Tasarımı	28
Görsel 3.9: Oran/Orantı İlkesine Örnek Bir Arayüz Tasarımı	28
Görsel 3.10: Uyum/Bütünlük İlkesine Örnek Bir Arayüz Tasarımı	29
Görsel 4.1: SUSIVERSE Logo Denemeleri.....	31
Görsel 4.2: SUSIVERSE Logo Tasarımı	32
Görsel 4.3: SUSIVERSE Logo Tasarımı Kurumsal Renk Paleti.....	33
Görsel 4.4: SUSIVERSE kurumsal logo fontları	33
Görsel 4.5: SUSIVERSE Uygulama Tasarımı Kurumsal Renk Paleti.....	33
Görsel 4.6: SUSIVERSE Uygulama Tasarımı Kurumsal Fontu.....	34
Görsel 4.7: SUSIVERSE Açılış Ekranı Sayfa Tasarımı	34
Görsel 4.8: SUSIVERSE Giriş Ekranı Sayfa Tasarımı.....	35
Görsel 4.9: SUSIVERSE Anasayfa Tasarımı	36
Görsel 4.10: SUSIVERSE Menü Tasarımı	37
Görsel 4.11: SUSIVERSE Profil Sayfası Tasarımı.....	38
Görsel 4.12: SUSIVERSE Ayarlar Sayfası Tasarımı	39
Görsel 4.13: SUSIVERSE Hakkımızda Sayfası Tasarımı	40
Görsel 4.14: SUSIVERSE İletişim Sayfası Tasarımı	41
Görsel 4.15: SUSIVERSE Sürdürülebilir Geri Dönüşüm Sayfası Tasarımı.....	42
Görsel 4.16: SUSIVERSE Sürdürülebilir Harita Sayfası Tasarımı	43
Görsel 4.17: SUSIVERSE Sürdürülebilir Bilgi Köşesi Sayfası Tasarımı	44

Görsel 4.18: SUSIVERSE Sürdürülebilir Bilgi Köşesi Detay Sayfası Tasarımı.....	45
Görsel 4.19: SUSIVERSE Sürdürülebilir Markalar Sayfası Tasarımı.....	46
Görsel 4.20: SUSIVERSE Sürdürülebilir Markalar Detay Sayfası Tasarımı	47
Görsel 4.21: SUSIVERSE Sürdürülebilir İpuçları Sayfası Tasarımı.....	48
Görsel 4.22: SUSIVERSE Sürdürülebilir İpuçları Detay Sayfası Tasarımı	49
Görsel 4.23: SUSIVERSE Sürdürülebilir Market Sayfası Tasarımı.....	50
Görsel 4.24: SUSIVERSE Sürdürülebilir Market Detay Sayfası Tasarımı	51
Görsel 4.25: SUSIVERSE Sürdürülebilir Etkinlikler Sayfası Tasarımı	52
Görsel 4.26: SUSIVERSE Sürdürülebilir Etkinlikler Detay Sayfası Tasarımı.....	53
Görsel 4.27: SUSIVERSE Sürdürülebilir Beslenme Sayfası Tasarımı.....	54
Görsel 4.28: SUSIVERSE Sürdürülebilir Beslenme Detay Sayfası Tasarımı	55
Görsel 4.29: SUSIVERSE Sürdürülebilir Görevler Sayfası Tasarımı	56
Görsel 4.30: SUSIVERSE Sürdürülebilir Görevler Detay Sayfası Tasarımı.....	57
Görsel 4.31: SUSIVERSE Sürdürülebilir Rozet Sistemi Sayfası Tasarımı	58
Görsel 4.32: SUSIVERSE Sürdürülebilir Rozet Sistemi Detay Sayfası Tasarımı	59
Görsel 4.33: SUSIVERSE Mesajlar Sayfası Tasarımı.....	60
Görsel 4.34: SUSIVERSE Mesajlar Detay Sayfası Tasarımı	61
Görsel 4.35: SUSIVERSE Bildirimler Sayfası Tasarımı	62
Görsel 4.36: SUSIVERSE Sürdürülebilir Makaleler Sayfası Tasarımı	63
Görsel 4.37: SUSIVERSE Sürdürülebilir Makaleler Detay Sayfası Tasarımı	64
Görsel 4.38: SUSIVERSE Sürdürülebilir Haberler Sayfası Tasarımı	65
Görsel 4.39: SUSIVERSE Sürdürülebilir Haberler Detay Sayfası Tasarımı.....	66

KISALTMALAR**EPA**

Amerika Birleşik Devletleri Çevre ve Koruma Ajansı





TEZ METNİ

GİRİŞ

Gelişen dünyada birçok farklı kategoride yenilikler meydana gelip dünya daha modern bir hal almaya başlamıştır. Dünyada yaşanan olumlu gelişmelerin yanı sıra dünyada sosyal, çevresel ve ekonomik açıdan olumsuz durumlar meydana gelmiştir. Bu olumsuz yönlerle karşı gelebilmek ve bu olumsuzlukları yok edebilmek adına karşımıza sürdürülebilirlik kavramı çıkmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı birçok farklı alanlarda kullanılmasına karşın temel özelliği insanların geleceğini konu alması ve kullanıldığı alanlarda kaynakların korunup geleceğe taşınmasını içermesidir (Tıraş, 2012 s. 59).

Sürdürülebilirliğin yanı sıra tüketicilerin de sürdürülebilirliğe devam edebilmesi ve katkıda bulunması adına karşımıza sürdürülebilir tüketim kavramı çıkmaktadır. Sürdürülebilir tüketim Norveç Çevre Bakanlığı'nın 1994 yılında yaptığı tanımdan referans alarak gelecek kuşakların ihtiyaç ve gereksinimlerine ve doğal kaynaklara dikkat ederek, atık kullanımını en az seviyeye indirerek insanların temel ihtiyaçlarını karşılayan ve insanların yaşam seviyelerini arttıran mal ve hizmetlerin kullanımı olarak tanımlanmaktadır (OECD, 2002, s.16).

Aynı zamanda sürdürülebilirliği ve sürdürülebilir tüketimi tüketicilere sunmak ve tüketicileri sürdürülebilir tüketim hakkında bilinçlendirmek adına katkıda bulunması için 'sürdürülebilirlik' kavramı önemli görülmektedir. Sürdürülebilir pazarlama kavramı sosyal, çevresel ve ekonomik etkileri göz önünde bulundurarak şirketlerin kurumsal hedeflerine ulaşmasına yönelik mevcut ve potansiyel müşterilerinin ihtiyaçlarını devamlı bir şekilde tatmin edilmesini sağlayacak şekilde tüm piyasa işlemlerinin planlanması ve çevresel, sosyal ve ekonomik dengenin olumlu yönde katkıda bulunması olarak tanımlanmaktadır (Kirchgeorg ve Winn, 2006, s.176).

Teknolojinin de gelişmesiyle birlikte grafik tasarımda gelişmiş olup insanlara farklı türlerden mesajları iletebilecek duruma gelmiştir. İnsanlara bu mesajları ileten grafik tasarımın bir kategorisi ise arayüz tasarımıdır. Arayüz tasarımı sanal ortamlarda kullanıcıların amacına en uygun ve en etkin bir şekilde ulaşmasını ve amaçlarıyla etkileşime girmesini sağlayan bir grafik tasarım ürünü olarak tanımlanmaktadır (Baranseli, Kaya ve Şen, s.231).

Yapılan kavram tanımlarından ve literatür taramasından daha sonra bu çalışma kapsamında sürdürülebilirlik, sürdürülebilir pazarlama ve sürdürülebilir tüketim kavramlarından yola çıkarak dünyaya verdikleri ekonomik, sosyal ve çevresel

problemleri önlemek ve sürdürülebilirlik konusunda insanları daha bilinçli hale getirip yeni nesil kuşaklara iletilebilmesini sağlayacak, sürdürülebilir pazarlama özellikleri kapsamında SUSIVERSE adında mobil arayüz uygulama tasarımı yapılmıştır.

Araştırma Problemi

Bu araştırmanın problemini çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilir kavramlarının günümüz dünyasında zarar görmesi oluşturmaktadır. Grafik tasarımın gelişen alt dalı arayüz tasarımı ile bu sorunlara cevap verebilecek, sürdürülebilirliği insanlara tanıtılabilecek ve sürdürülebilir tüketime yönelik çeşitli imkânlar sunabilen bir mobil uygulama arayüz tasarımı ile bu probleme cevap aranmaktadır. Çalışmada hazırlanan mobil arayüz tasarımı sürdürülebilir tüketime katkıda bulunabilir mi?

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı günümüz dünyasındaki kaynakların tükenmesi, israf oranlarının artması ve çevreye verilen zararın artmasından dolayı sürdürülebilirliğe önem veren bireylerin ya da kurumların sürdürülebilir tüketim ve sürdürülebilir pazarlama kapsamında; müşterileri, çalışanları ve diğer paydaşları için satın alıp özelleştirip kullanabileceği uygulama arayüz tasarımı yapmaktır.

Araştırmanın Önemi

İlgili konu hakkında literatür taraması yapıldığında sürdürülebilirlik hakkında bilimsel bir uygulama arayüz tasarımı örneğine rastlanılmamıştır. Dünyamızda sürdürülebilirlik sorunlarının günden güne artmasından dolayı birçok olumsuz etkiler ortaya çıkmaktadır ve sürdürülebilirlik konusu güncel bir konu olarak kalmaktadır. Bu araştırmanın önemi sürdürülebilirlik hakkında toplumlara daha çok bilgi vermeyi hedefleyen bir uygulama arayüz tasarımı yapmaktır. Bu nedenlerden dolayı sürdürülebilirlik sorunlarına bir çözüm önerisi olarak bu arayüz tasarlanmıştır.

Sınırlılıklar

Bu çalışma sürdürülebilirlik kavramını ve detaylarını öğrenmek isteyenler ve sürdürülebilirlik kavramı hakkında bilgilerini geliştirmek ve sürdürülebilirlik felsefesini benimsemek isteyen kurumlar ve kullanıcılar ile sınırlıdır. Belirli kategorilere yönelik çalışmalar yapılmıştır ve çalışma sadece tasarım kısmı ile ilgilidir kodlanmış bir uygulama halinde değildir.

Yöntem

Bu çalışmanın konusu olan kavramlar hakkında literatür taraması yapılmıştır. Devamında bu literatürden yola çıkılarak kurumlara ve kullanıcılara sürdürülebilir tüketim hareketlerinde destek olmak için tasarlanan SUSIVERSE arayüz tasarım modeli oluşturulmuştur (SUSIVERSE ismi Sustainability ve Universe kelimelerinin birleşiminden elde edilerek yazar tarafından oluşturulmuştur).





BİRİNCİ BÖLÜM
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM

1.1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI TARİHİ

1970’li yıllarda sadece insanların yaşam seviyelerinin artırılmasını hedefleyen ve ekonomik gelişmeye odaklanan insanoğlu, 1970’li yılların başında çevre konusunda bilinçlenmeye başlamış ve 1972 yılında Roma Kulübünün “Büyümenin Sınırları” adlı raporda yayınlanması ile başlayan süreç ve daha sonraki yıllarda literatüre girmesi ile hız kazanmıştır (Hayta, 2009, s. 144). Yaşanılan bu olaylardan sonra insanlar hayatlarını sürdürdükleri ortamlarda bilinçsiz çevre tüketiminden, daha çok sürdürülebilir bir yaşam alanı ve çevre arayışına girişmişlerdir. Çevre ile ilgili konulara yönelik ilginin artması insanları sürdürülebilir yaşam felsefesi ve toplum arayışına itmek zorunda bırakmıştır (Hekimci, 2015, s. 77). Bilim ve teknolojideki gelişmelerden kaynaklı sanayileşmenin hızlandığı 20. yüzyılda çevre ile birlikte ekonomik kalkınma arasında kalındığında, ekonomik kalkınmanın tercih edildiği görülmüştür. Çevre boyutu ise ancak 1970’li yıllarla birlikte dünya gündemine girmeye başlamıştır (Kaya, 2010, s. 77).

Sürdürülebilirlik ile ilgili atılan adımlar aşağıda kronolojik bir şekilde sıralanmıştır (Bozlağan, 2005, s. 1017 - 1025).

- (1980) Birleşmiş Milletler Çevre Programı ve Dünya Koruma Stratejisi
- (1987) Ortak Geleceğimiz (Brundtland) Raporu
- (1992) Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı
- (1992) Avrupa Birliği 5. Eylem Programı
- (1993) Sürdürülebilir Gelişme Komisyonu
- (1995) Birleşmiş Milletler Nüfus ve Kalkınma Konferansı
- (1996) Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Konferansı-Habitat II
- (1997) Rio + 5 Forumu
- (2002) Sürdürülebilir Gelişme Konferansı

1.2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI TANIMI

Sürdürülebilirlik kavramı ekosistemdeki yenilenemez kaynakların gelecek nesillere aktarılabilmesini sağlamak için, insanların ekosistem üzerindeki olumsuz yönlerini sistemin taşıma kapasitesinin üzerine çıkmayacak seviyede tutulması olarak tanımlanmaktadır (Şahin ve Kutlu, 2017, s. 55).

Sürdürülebilirlik kavramı tanımı çevre koruma ajansı tarafında yapılmıştır. Bu tanıma göre sürdürülebilirlik kavramı basit bir ilkeye dayanmaktadır. İnsanların hayatta

kalması ve refah seviyelerini arttırmak için ihtiyaç duyulan her şey doğrudan veya bağlantılı olarak çevre ile ilgilidir. Sürdürülebilirliği devam ettirmek şu anki kuşakları ve gelecek kuşakları desteklemek için insanların ve doğanın daha üretken bir birliktelik içinde var olabildiğince olumlu koşullar yaratmak ve sürdürmektir (EPA, 2021).

Özetle sürdürülebilirlik kavramı ile ilgili şu detaylara vurgu yapılabilir. Sürdürülebilirlik kavramı sadece geçmişle ilgili değil hem günümüzle hem de yarınla ilgili bir kavramdır. Sürdürülebilirlik kavramı bugünün nesillerinin ihtiyaçlarını gelecek nesiller için ihmal etmeden karşılamayı içermektedir. Sürdürülebilirlik devinim şeklinde olup, devamlı kendini yenileyebilmektedir. Bu nedenledir ki statik değil dinamik bir kavramdır. Nitekim sürdürülebilirlik kavramı geçen zaman içinde gelişim ve değişimlere uğramıştır. Sürdürülebilirlik kaygılarının arka penceresinde olan temel motivasyon, kaynak ve ihtiyaç dengesizliği ve bu denge ile kaynakların tersine bozulmasıdır. Başka bir deyişle sürdürülebilirlik kavramını ön plana çıkaran temel unsur devamlı artan ve çeşitleri çoğalan ihtiyaçların karşısında kaynakların yetersiz seviyeye düşmesi ve tükenmeye az kalmasıdır (Şen, Kaya ve Alpaslan, 2018, s. 8).

1.3. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI AMACI

Sürdürülebilirliğin amaçları şu şekilde sıralanabilir (Bozlağan, 2002, s. 63):

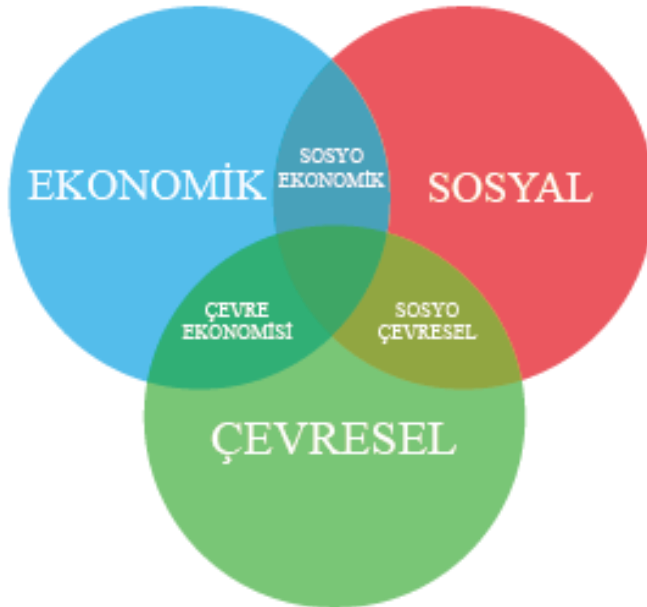
- Sosyo-ekonomik ve ekolojik süreçlerin arasındaki durumu belirlemek, bu konu hakkında toplumlara bilinç kazandırmak ve olumsuz düşünceleri en alt seviyeye çekmek, mümkünse ortadan kaldırmak.
- Kişilerin ve kurumların faaliyetleri sonucu ve kendi çevreleri üstündeki etkileri konusunda bilinçlendirme yapmak.
- Yerel, bölgesel, ulusal ve küresel seviyelerdeki tüm oluşumlar arasında mantıklı bir iş bölümü, sistemi ve güvenli bir ortam kurulmasını sağlamak.
- Her seviyeden katılımcı yönetim modelleri geliştirip uygulamak. Bu sayede yönetsel uygulamalarda meşruluk sağlamak.
- Değişime ve yeniliğe açık bir bakış açısı geliştirmek.
- Kişiden ulusal hükümetlere ve küresel örgütlere kadar her seviyedeki aktörlerin işlevlerini arttırmak, sahip oldukları potansiyeli kullanılabilir kılmak.
- Yerel, ulusal, küresel bütün kurumların kendi faaliyetlerini yönetebilme ve denetleme yeteneği ve kapasitesini geliştirmek.

- Sosyo-ekonomik süreçlerde daha az sorun çıkaran ve ortaya çıkan sorunları kendi kendine çözümler bulan organik bir yapı sağlamak.

1.4. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN ÜÇ BOYUTU

Globalleşen dünyada yapılan teknolojik yenilikler, sosyal, çevresel ve kültürel alanlardaki birleşme ile birlikte dünyadaki tüm ülkeleri de içine alıp hızlı bir değişim sürecine sokmaktadır. Bu koşullardan dolayı ekonomik, çevresel ve sosyal boyutların mevcut durumlarının değerlendirilmesi ve yaşanan bu hızlı değişime planlı bir şekilde ayak uyulmasının sağlanması sürdürülebilirlik kavramı ve boyutları açısından çok büyük bir yere sahiptir (Saraç ve Alptekin, 2017, s. 20). Sürdürülebilirliğin boyutları insanların şu anki ihtiyaçlarını uzun vadede karşılayabilmelerine yardımcı olmalıdır. Bu da sürdürülebilirliğin doğa ve insanlar arasındaki ilişkilerinde olması gereken bir durumdur. Bu ilişkiler sadece kısa zaman içinde işlevsel değil, gelecek nesillerin ihtiyaç ve gereksinimlerini de karşılamaya yardımcı olmalıdır (Littig ve Griessler, 2005, s. 71-72). Sürdürülebilirliğin boyutlarından sosyal boyut katılımı, toplumsal eşitliği ve güçlü sivil toplumu, ekonomik boyut sistemlerin devamlılığını, çevresel boyut doğal kaynakların dengesini sağlamak hedefleri olarak düşünülmektedir (Goodland, 1995, s. 17).

Görsel 1.1: Sürdürülebilirliğin Üç Boyutu Şema Gösterimi



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

1.4.1. Sosyal Boyut

İnsanların gelişimlerini hem bireysel hem de toplum olarak tam potansiyellerine ulaşmak, becerilerini kullanmak, yeteneklerini geliştirmek ve hayat standartlarında daha iyi seviyelere çıkarma boyutudur (Oakley ve Garforth, 1985, s. 2).

Sosyal sürdürülebilirlik kavramında temel ilkeler şu şekildedir (McKenzie, 2004, s. 23):

- Temel hizmetlerin alınmasında eşitlik, (sağlık, eğitim vb.).
- Kuşaklar arasında eşitlik,
- Birbirinden farklı kültürlerin korunması ve desteklenmesi,
- İnsanların seçimlere katılımının artırılması,
- Kültürel sahiplik duygusunun artırılması,
- Kuşaklararası sosyal sürdürülebilirliği aktarmak,
- Toplumların güçlü yanlarının dünyaya tanıtılması,
- İhtiyaçlarının ne olduğunu bilen bilinçli toplumlar oluşturmak,
- Sosyal sürdürülebilirliğin devam ettirilmesi için toplulukların sorumluluklarını yerine getirmesi.

1.4.2. Çevresel Boyut

Çevresel boyut kavramının yeterli içerik kazanabilmesi için sosyal ve ekonomik boyutlar ile birlikte gerçekleşmesi gerekmektedir. Sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik ile birlikte ekosistemin sağlığını bozmadan insanların ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılanması gerekmektedir (Altınok, Fırat ve Soyu, 2015, s. 623). Çevresel sürdürülebilirlik boyutu karbon ve nitrojen döngüleri, su sistemleri, enerji sistemleri, insan yaşam alanları ve iklim sistemlerinin korunmasını ve gelecek nesillere aktarılıp sürdürülebilirliğinin sağlanmasını kapsamaktadır (Moldan, vd., 2012, s. 6).

Çevresel sürdürülebilirlik boyutunun işlevsel bir hale gelebilmesi için aşağıda sıralanan 5 maddenin uygulanması gerekmektedir (Akgül, 2010, s. 156):

- Tüketilen kaynakların en az seviyede tüketilmesi,
- Kullanılan malzemenin tüketimden sonra geri dönüştürülür malzemelerden veya yenilebilen kaynaklardan elde edilmesi,
- Atılan atıkların %100 bir şekilde geri dönüşümünün yapılması,

- Enerji kaynaklarını korumak ve enerji kaynaklarını yenilebilir bir halde çevreyi kirletmeyecek şekilde alternatiflere dayandırılması,
- Çevrenin gelişmesinde ve yapılandırılmasında, biyolojik canlı sayısına ve canlı çeşitliliğine zarar gelmeyecek bir yöntem uygulanması.

1.4.3. Ekonomik Boyut

Sürdürülebilirliğin ekonomik boyutu temel olarak sosyal ve çevresel sürdürülebilirliği amaç edinen gelişmelerin sağlanmasında yeterli miktarda finansal kaynağa sahip olmak ve bu finansal kaynakları sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi olarak tanımlanmaktadır (Koçak, Tuncel ve Tuncel, 2013, s. 114).

Ekonomik boyut olarak sürdürülebilirlik sisteminde ürün ve hizmetleri süregelen esaslara dayanarak üretebilmek, borçları yönetebilmek ve tarımsal ve endüstriyel üretime zarar vermeden sektörlerin dengesizliklerinden sakınılması gerekmektedir (Harris, 2009, s. 6).

1.5. SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM TANIMI

Sürdürülebilir tüketim kavramı günümüzde üzerinde sıkça tartışılan bir konudur. Sürdürülebilir tüketim ilk defa 1992 yılında Rio'da düzenlenen Dünya Zirvesi'nin sürdürülebilir gelişme eylem planı çerçevesinde yer alan 21. gündem maddesinde yer alarak literatüre girmiştir. Yapılan zirve sonunda, sürdürülebilir gelişmeyi sağlamak ve insan faaliyetlerinin çevreye karşı olumsuz yönlerini en az seviyeye indirmek için tüketim kalıplarını değiştirmenin en büyük mücadelelerden biri olduğuna değinilmiştir (Hayta, 2009, s. 145). İnsanların tüketim davranışlarının; doğrudan veya dolaylı bir şekilde CO₂ salınımı, biyolojik çeşitliliğin azalması, doğal kaynakların hızlı tüketilmesi ve küresel ısınmaya neden olmak gibi birçok çevresel etkisi olmaktadır. Söz konusu bu etkiler son zamanlarda yoğun bir şekilde tartışılmaya başlanmıştır. Bu tartışmaların başlamasının sebebi başta nüfus artışları ve hızlı ekonomik gelişmelerin yaşanması olmak üzere çok sayıda etken rol oynamaktadır (Karalar ve Kiracı, 2011, s. 64). Konu ile ilgili yapılan çeşitli çalışmalar tüketicilerin çevresel özellikleri nedeni ile sürdürülebilir ürünleri, daha fazla ücret ödemeleri gerekse bile tercih ettiklerini göstermektedir. (Pickett-Baker ve Ozaki, 2008, s. 281).

Seyfang'a (2006, s. 784) göre sürdürülebilir tüketim kavramının beş önceliği şu şekildedir:

- Yerel ekonomileri güçlendirip, piyasada yerel ürünleri tüketmek,
- Malzemelerin tüketimini, atık tüketimini, geri dönüşüm talebini azaltan yeni tüketim modellerini oluşturmak,
- İnsanları sosyal dışlanmadan kurtarmak için sağlam sürdürülebilir topluluklar kurarak aktif bireyler haline getirmek,
- Tüketim kararlarını etkilemek ve yeni fikirler sunmak için toplum kuruluşları kurmak,
- Yeni, farklı ekonomik ve sosyal kurumlara alternatif sistemler oluşturup, bu kurumlarla çevreye fayda sağlamak.

İnsanların tüketim yaparken bilinçli bir biçimde kullanılan kaynakları yönetebilmesi ve sürdürülebilirliği sağlaması için 3-R kavramından bahsedilmektedir. Bunlar; reducing (azaltmak), reusing (yeniden kullanma) ve recycling (geri dönüşüm) olarak açıklanmaktadır (Hekimci, 2018, s. 7).

Reducing (azaltmak): Azaltma, üretilen atık miktarlarını azaltmak için ürünleri dikkatli kullanmayı seçmek olarak ifade edilmektedir (The 3R Initiative, 2007).

Reusing (yeniden kullanma): Yeniden kullanma, hala kullanılabilir yönleri olan ürünlerin tekrar kullanılmasını içermektedir (The 3R Initiative, 2007).

Recycling (geri dönüşüm): Geri dönüşüm, atıkların kendisinin yeniden kaynak olarak kullanılması anlamına gelmektedir (The 3R Initiative, 2007).

1.6. SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM KAVRAMI ORTAYA ÇIKMA NEDENLERİ

Sürdürülebilir tüketim kavramı birçok nedenden dolayı ortaya çıkmıştır. Bu nedenler şöyle sıralanabilir (Karalar ve Kiracı, 2011, s. 64);

- Küreselleşmenin yarattığı ölçek ekonomisi
- Ürünlerin fiyat düzeylerinin düşmesi
- Kültürel değişimler
- İnsanların yaşam kalitesinin yükselmesi
- Çevresel sorunların gözle görülür hale gelmesi



İKİNCİ BÖLÜM
SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA

2.1. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA TARİHİ

Kotler'in pazarlama 3.0 olarak adlandırdığı sürdürülebilir pazarlamanın felsefesi insan ihtiyaçlarını karşılayabilme, küresel toplumun gelişimini ve verimliliğini arttırabilme, yeni işler yaratarak günümüz dünyasının yaşam kalitesini ve düzeyini geliştirebilecek bir iş modeli olarak görülmektedir (Seretny ve Seretny, 2012, s. 68). 1970'li yıllarda insanların dikkatini doğal çevre ve doğal çevrenin sorunları dikkatlerini çekmeye başlamıştır. Bunun sonucunda 1990'lı yılların sonunda sürdürülebilir pazarlama kavramı ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir pazarlama kavramını literatürde ilk kullananlar 1995 yılında Sheth ve Parvatiyar, sürdürülebilir pazarlama kavramının yazarları olarak kabul edilmektedirler. Sürdürülebilir pazarlama kavramı, kurumsal sosyal sorumluluk, paydaş pazarlama, sürdürülebilir kalkınma, sosyal pazarlama, ekolojik pazarlama, yeşil pazarlama ve çevresel pazarlama gibi pazarlama kavramlarının temelini de geliştirilmesine yardımcı olmuştur (Łukasiewicz-Kamińska, 2015, s. 36). Sürdürülebilir pazarlama düşüncesi ilk olarak Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun Brundtland raporunda, 1987'de yayınlanan ve daha geniş kapsamlı olarak yayınlanan Ortak Geleceğimiz 1992'de Rio de Janeiro'da düzenlenen 2. Dünya Zirvesinde küresel toplumun bir parçası haline gelmiştir (Jastrzębska, 2011, s.11). Sürecin devamında sürdürülebilir pazarlama ifadesi 1994 yılında John Elkington tarafından yapılmıştır. John Elkington'un Dokümanında, İşletmelerin üç farklı alt çizgi hazırlaması gerektiğini söylemiştir. İlki, kurumsal kârın geleneksel ölçüsüdür. İkincisi, bir İşletmenin “insan hesabının” alt satırıdır- bir kuruluşun faaliyetleri boyunca ne kadar sosyal olarak sorumlu olduğunun bir şekilde veya biçimde bir ölçüsüdür. Üçüncüsü, şirketin “gezegen” hesabının alt satırıdır ve çevreye karşı ne kadar sorumlu olduğunun bir ölçüsüdür. Üçlü alt çizgi (TBL) bu nedenle üç P'den oluşur: kâr, insanlar ve gezegen. Belirli bir süre boyunca kurumun finansal, sosyal ve çevresel performansını ölçmeyi amaçlamaktadır (<https://www.economist.com/news/2009/11/17/triple-bottom-line> , 2009).

Tablo 2.1: Sürdürülebilirlik Perspektifinin Benimsenmesi ve Geleneksel Pazarlama Uygulamalarındaki Değişiklik Örnekleri Tablosu

Pazarlama Uygulama Değişikliği	Açıklama/Örnekler
‘Ürün’ kavramının yeniden tanımlanması	Ürünlerin nasıl üretildiğine, dağıtıldığına ve satıldığına daha fazla odaklanma. Ürün geliştirme stratejilerinin, üretim araçlarını ve üretici faaliyetlerini kapsamalıdır (örneğin çocuk işçi çalıştırılması).
Pazarları değiştirme isteği	Ürün geri alımı ve geri dönüşümü yolu ile malzeme akışının daha döngüsel hale geldiği yeni Pazar türleri, alternatif ürün ve tüketim biçimleri alınmalıdır (örneğin, çiftçi pazarları).
Ürün kullanımından elde edilen faydalara karşı sahip olunan zevklere vurgu	Pazarlamacılar hizmeti üretirler ve ürünlerin sahipliğini ve bakımını elinde tutar (örneğin, arayüz bir zemin kaplama hizmeti sağlar ve gerçek halının sahipliğini elinde tutmaktadır).
Sadece etkilemek/ikna etmek yerine bilgilendirmeyi amaçlayan pazarlama iletişimi mevcut müşteri ihtiyaçlarının ötesine odaklanma	Ürünün neyi sürdürülebilir kıldığı konusunda müşterileri eğitmeli ve sürdürülebilirliği meşrulaştırmak için üçüncü taraf ürün standartlarının kullanılması. Üretim ve tüketim, müşteri olmayanların ve gelecek nesil müşteriler için üzerinde etkileri mevcuttur.
Talep ve beklentileri aşağı yönlü yönetme isteği, fiyat yerine maliyete vurgu	Süreklilik (finansal devamlılık ve istikrar) kar/büyümeden daha değerlidir. Toplam üretim, maliyet ve elden çıkarma maliyetlerine dayalı rekabet pazarlama faaliyetlerinin çevresel ve sosyal maliyetlerini hesaba katmak için tam maliyet muhasebesi.
Faaliyetlerde daha fazla sorumluluk almak; eğitim vermek	Müşteri ve toplumsal refahı göz önünde bulunduran müşterilere, çalışanlara ve tedarikçilere daha fazlasına rehberlik etmek için sorumluluk alıp sürdürülebilir davranışları bireylerin bilinçli kararlar almaları anlamına gelir.

Kaynak: (Bridges ve Wilhelm, 2008, s. 37).

Sürdürülebilir pazarlama bütünsel bir yaklaşımdır. Müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmak amacı ile çevresel ve sosyal konulara eşit bir şekilde önem vererek işletmelere, tüketicilere, sosyal ve doğal çevreye karlı bir sorumluluk yaratmaktadır. Sürdürülebilir pazarlamanın başarıya ulaşabilmesi için tüketici davranışları ve tüketim biçimleri tekrar tekrar gözden geçirilmelidir (Reutlinger, , 2012, s. 19).

2.2. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA TANIMI

Pazarlamanın, sosyal ve çevresel sorunları büyüüp yeni bir anlayışa doğru ilerlemesi ve sürdürülebilir pazarlama unsurlarının uygulanmaya geçebilmesi için bir geçiş süresi ve bu sürede stratejiler belirlemeye gerek vardır. Gerek dış etkenler gerekse işletmelerin içinde olan olumsuzluklar, sürdürülebilir unsurların pazarlamacıların gündemine gelmekte ve pazarlama faaliyetlerini bu duruma göre şekillendirmektedirler. Bu sayede atık, küresel ısınma, kirlenme, çalışma ortamları, çocuk işçi vb. çevresel ve sosyal konular işletmelerin ve pazarlamanın amaç ve hedeflerini değiştirerek sürdürülebilir pazarlamaya geçilmesini zorunlu bir hale getirmektedir (Özbakır ve

Velioğlu, 2010, s. 80). Sürdürülebilir pazarlama kavramı günümüz tüketicilerinin ihtiyaç ve isteklerini karşılamaya çalışır fakat gelecek nesillerin de ihtiyaç ve isteklerini karşılama olasılığını da içermektedir. Sürdürülebilir pazarlama aynı zamanda koruma ve muhafaza etme düşüncesi üzerinden dünyada ortak bir görüşü oluşturmak için pazardaki bugüne kadar çıkarları uyuşmayan katılımcıları, işletmeleri, tüketicileri ve sosyal aktivistleri bir araya getirmeye çalışan bir felsefi düşünce olarak da adlandırılabilir (Seretny ve Seretny, 2021, s. 70). Sürdürülebilir pazarlama amacı, sürdürülebilir bir pazar yaratmak ve bu pazarı geliştirebilmektir. Bu hedeflere ulaşabilmek için önemli görevlerden biri sürdürülebilir ürün ve hizmetlere olan talebi belirleyip bu talebi arttırmaktır. Sürdürülebilir pazarlama hedeflerine ulaşılabilmesi işletmelerin sürdürülebilirlik hedeflerine ne kadar bağlı oldukları ile ilgili bir konudur. İşletmeler üretime ve pazarlamaya devam etmek için sürdürülebilir ürün ve hizmetler, sürdürülebilir olma ve sürdürülebilirlik için bu ürünlerin talebine yardımcı olmalıdırlar. Sürdürülebilir talebi arttırmak için ilk uygun yol, sürdürülebilir arz için yeni bir pazar yaratmaktır. İşletmelerde bu pazarlara tüketicileri çekmelidirler ve bu şekilde sürdürülebilir pazarlamayı gerçekleştirebilmektedirler (Danciu, 2013, s. 390). Sürdürülebilir pazarlamaya teşvik etmek için en etkili yöntemlerden biri üreticilerin, müşteriler ile ortak bir alan yaratıp iş birliği yapmalarıdır. Bu şekilde sürdürülebilir ürün ve hizmetler her iki taraf içinde uygun bir şekilde geliştirilerek kullanılabilir bir hal almaktadır (Danciu, 2013, s. 390).

2.3. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA ÖZELLİKLERİ

Quoquab ve Mohammad sürdürülebilir Pazarlama kavramının özelliklerini şu şekilde sıralamıştır (Quoquab ve Mohammad, 2015, s. 237):

- Sürdürülebilir pazarlama faaliyetleri çevreye yapılan zararı ve zararı azaltmak için yapılan sosyo - ekonomik gelişmeler ile sınırlı değildir. Çevreye yarar sağlayacak ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi daha önemli bir konudur.
- Sürdürülebilir pazarlama promosyonları çevresel sonuçlara öncelik tanıtılması ve müşteri memnuniyeti ve işletmenin karı bir düzen içinde olmalıdır.
- Sürdürülebilir pazarlama kavramında müşterilerin ihtiyaçlarının giderilmesi ile çevrenin ihtiyaçlarının çelişmemesi lazımdır.

2.4. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMANIN ÖNEMLİ YÖNLERİ

Sürdürülebilir pazarlamanın önemli yönleri üç temel başlık altında açıklanabilir.

2.4.1. Uzun Vadeli Planlama

Çevre sorunlarını son yıllarda ciddi bir şekilde artması buzulların erimesi, ağaçların yok edilmesi, hayvanların yok edilmesi çevresel bir felakete yol açmaktadır. Bu tür durumlar işletmelerde dâhil olmak üzere herkes tarafından küçük adımlar ile ele alınması lazımdır. Zaman her ne kadar kısa olsa da her işletme bu sorunları çözmeye çalışırsa bu sorunlar büyük ölçüde azalacaktır. Bu yüzden her işletmenin çevresel sorunları ele almak için nesnel ve kesin bir zamana sahip olması gerekmektedir (Bhasin, 2021).

2.4.2. Tutarlı Planlama

Sürdürülebilirlik kesinlikle basit bir fikirmiş gibi görülmemelidir. Spesifik, bir zamana bağlı olarak ve ulaşılabilir adımlara sahip olmalıdır. Sunulan özelliklerin birçoğu sürdürülebilir olmalıdır ve çevreye karşı sorumlu bir şekilde tedarik edilmelidir (Bhasin, 2021).

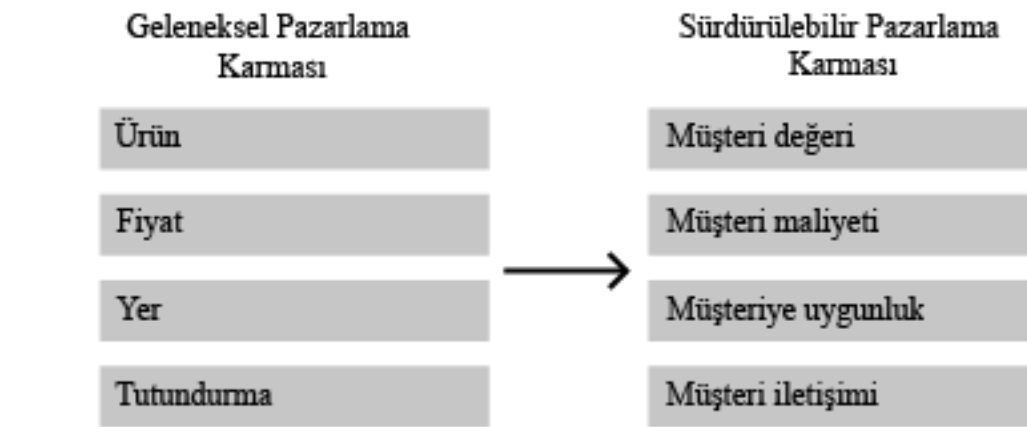
2.4.3. Planın Sorumlu Bir Şekilde Teslim Edilmesi

Sürdürülebilir pazarlamanın temel amacı, bir işletmenin pazarlama stratejilerinin bir parçası olmak ve müşterileri ile uzun vadeli ve güçlü bir bağ kurmaktır (Bhasin, 2021).

2.5. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA KARMASI

Sürdürülebilirliğin temelinde oluşturulan pazarlama stratejisi, sadece müşterilere katma değer sağlamakla kalmayıp aynı zamanda toplum ve çevre için faydalı olan uzun vadeli ilişkiler kurmaya odaklanmaktadır. Geleneksel pazarlama karmasının başka bir ifade ile 4P'nin ürün (product), fiyat (price), dağıtım (place), tutundurma (promotion) yerine sürdürülebilirlik kriterlerinin pazarlama stratejilerine dâhil etmek için 4C'ye müşteri değeri (customer solution), müşteri maliyeti (customer price), müşteriye kolaylık (convenience), müşteri iletişimi (communication) dönüştürülmesine odaklanmıştır (Peattie ve Belz, 2010: aktaran Saygılı, 2022).

Görsel 2.1: Geleneksel Pazarlama Karmasının Sürdürülebilir Pazarlama Karmasına Evrimi



Kaynak: (Kumar vd, 2012, s. 487).

Sürdürülebilir pazarlama karması elemanlarından *Müşteri Değeri*; Müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını güveli bir şekilde karşılanmasını, *Müşteri Maliyeti*; ürünlerin tasarımında hem çevre üzerinde oluşabilecek maliyetlerinin hem de müşteriye maliyetlerin dikkat edilmesini, *Müşteri İletişimi*; Ürün ve hizmetlerin işletmeler tarafından sürdürülebilir şekilde müşterilere yönlendirilmesini, *Müşteriye Uygunluk* ise müşterilere sunulan ürün ve hizmetlerin müşterilerin bekledikleri biçimler üzerinden üretilmesi, dağıtılması ve kolay bir şekilde kullanılmasını ifade etmektedir (Sargın, 2023, s. 238).

2.6. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA İLKELERİ

Bir işletmenin pazarlama faaliyetleri, sürdürülebilir pazarlama kavramı altında pazarlama sisteminin uzun vadeli performansına destek vermelidir. Pazarlamaya beş adet sürdürülebilir pazarlama ilkesi yön vermektedir. Tüketici odaklı pazarlama, yenilikçi pazarlama, müşteri değeri odaklı pazarlama, toplumsal pazarlama ve misyon anlayışlı pazarlama ilkeleridir (Kotler ve Armstrong, 2018, s. 617).

2.6.1. Tüketici Odaklı Pazarlama

Müşteri odaklı pazarlama, firmaların sunduğu mal ve hizmetlerin doğrudan ve dolaylı olarak etkilenen kişileri kapsayan bir kavramdır. Müşteri odaklı pazarlama firmaların sundukları ürün ve hizmetlerin kalitesini önceden belirledikleri

değerlendirmeler yerine, müşterilerin bu ürün ve hizmetleri nasıl değerlendirdiklerini dikkate almaktadır (Tak, 2002, s. 144). Tüketici Odaklı Pazarlama kavramı işletmelerin pazarlama faaliyetlerini tüketicilerin bakış açısından görmesi ve düzenlemesi gerekli olduğu anlamına gelmektedir. İşletme, günümüzde ve gelecekte tanımlamış bir grup müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini hissetmek, bu ihtiyaç ve istekler hitap ederek müşterileri tatmin etmek için uğraş göstermesi gerekmektedir (Kotler ve Armstrong, 2018, s. 617).

2.6.2. Yenilikçi Pazarlama

Yenilikler ilk başta teknoloji ve ürünlerin gelişimiyle akla gelse de pazarlamada yeniliğin önemli bir parçasıdır. Yenilikçi pazarlama yeni tasarımlar ve pazarlama yöntemlerinin geliştirilmesi, pazarlamaya farklı bir yön verilmesi olarak tanımlanmaktadır (Sipahi ve Barut, 2018, s. 1301).

2.6.3. Müşteri Değeri Odaklı Pazarlama

Müşteri değeri toplam faydalardan ürünlerin ya da hizmetleri elde ederken katlanılan maliyetleri çıkartarak elde edilmektedir. Başka bir ifade ile müşterilerin ödediğinin karşılığında elde etmiş olduklarının daha fazla olduğunu ifade etmektedir (Güler, 2009, s. 63). Pazarlamacıların, yaptıkları tek seferlik satış promosyonları ürünler de yapılan yüzeysel değişimler, doğrudan pazarlama reklamları gibi çoğu şey kısa vadeli dönemde satışları artırabilmektedir. Fakat ürünlerin kalitesi, özellikleri ve uygulama biçimleri yapılacak gerçek düzenlemelerden daha az değer kazandıracaktır. Bilinçli bir pazarlama yaklaşımı, tüketicilerin işletmenin pazara çıkardıklarından kazanacağı değeri devamlı olarak arttırmak ile uzun vadeli müşteri bağlılığı, sadakati ve aralarındaki ilişkileri oluşturmayı gerekir. İşletme, tüketiciler için değer yaratarak bunun sonucunda tüketicilerden değer elde edebilmektedir (Kotler ve Armstrong, 2018, s. 617).

2.6.4. Toplumsal Pazarlama

Toplumsal pazarlama anlayışı, kırsal kalkınma uygulamaları ile uyumlu bir şekilde kırsal alan tüketicilerinin ihtiyaç ve isteklerini karşılamada önemli bir köprü görevi görerek uzun vadede toplumun refahını iyileştirme, firmaların karlarının maksimum seviyede kılınmasına hizmet etmektedir (Topcu, 2012, s. 917). İşletmeler, toplumsal pazarlama ilkesi gereği, tüketicilerin isteklerini, işletmenin gereksinimlerini tüketicilerin uzun vadeli çıkarlarını ve toplumların uzun vadeli çıkarlarına dikkat ederek

pazarlama kararları alınmaktadır. İşletmeler uzun vadeli tüketici çıkarlarını ve toplumsal çıkarları ihmal etmenin tüketiciler ve toplumlara karşı zararlı olacağının farkında olmalıdır (Kotler ve Armstrong, 2018, s. 620).

2.6.5. Misyon Anlayışlı Pazarlama

Misyon neyin üretilip satıldığından ziyade ne tür ihtiyaçların karşılandığı ile ilgilidir. Çünkü ürünleri geçicidir ve bir süre sonra yerlerini başka ürünlere bırakabilmektedirler. İhtiyaçlar ise sonsuzdur ve sürekli olarak yeni ve farklı ürünlerle karşılanmaları gerekmektedir. Dolayısıyla firmaların varoluşlarının nedeni herhangi bir ihtiyacı karşılamaktır (Öztürk, 2009, s. 43). Misyon Anlayışlı Pazarlama kavramı işletmelerin misyonunu dar bir şekilde ürünler açısından tanımlanmasından ziyade kapsamlı bir şekilde sosyal açıdan tanımlanması anlamına gelmektedir. Bir işletme sosyal bir misyon tanımladığında çalışanlar yapılan işler hakkında daha olumlu hisseder ve daha net bir yönelime sahip olurlar. Daha gelişmiş misyonlar hem işletmenin hem de tüketicilerin uzun vadeli dönemde en iyi çıkarı sağlamasında hizmet etmektedir (Kotler ve Armstrong, 2018, s. 618).

Sürdürülebilir tüketimin yaygınlaşması için işletmelerin sürdürülebilir pazarlama ilkelerini içselleştirip uygulamaları gerekmektedir. Bu noktada yapılan çalışmada hem işletmelerin kullanabileceği hem bireylerin kullanabileceği bir arayüz tasarımı ortaya konmuş ve önerilmiştir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
ARAYÜZ TASARIMI

3.1. ARAYÜZ TASARIMININ TARİHİ

İnsan merkezli ve insanların sınırları çerçevesinde bilgisayar ile birlikte komut iletişimine geçmenin zorlukları her zaman olmuştur. Görmek, bakmak ve komut vermek bu süreçlerin en basit hali ve en temel halidir. Kullanıcı arayüzleri ortaya çıkmadan önce insanların kişisel bilgisayar kullanmaları zor bir durumdur. Herhangi bir işlem yapmak için, bir komut satırının arayüzüne metin komutlarının yazılma işlemi yapılması gerekmektedir. Yazma işlemi yapmak için doğru komutu bilmek, bir yanlış yapılsa bütün sürecinden tekrar baştan başlaması anlamına gelmektedir. Arayüzler ile birlikte bu sorunların birçoğu ortadan kalkmıştır. Geniş bir kapsam ile bugünkü cihazlarda aşırı zaman geçirmemizin temel nedenlerinden bir tanesi arayüzlerdir. Arayüzlerin tarihsel hikâyesi 1970'li yıllara kadar dayanmaktadır. Arayüz kavramının tanımına Xerox Palo Alto Araştırma Merkezi'nde bilgisayar mühendislerinin öncü olduğu bilinmektedir. Fakat Arayüzleri geliştiren ve dünyaya sunan Apple ile Microsoft işletmelerin kişisel bilgisayar işletim sistemleri olmuştur (Çeken ve Delil, 2021, s. 72).

Görsel 3.1: Xerox Star 8010 Grafik Arayüz Kullanılan İlk Bilgisayar



Kaynak: https://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah_1064205, 2023.

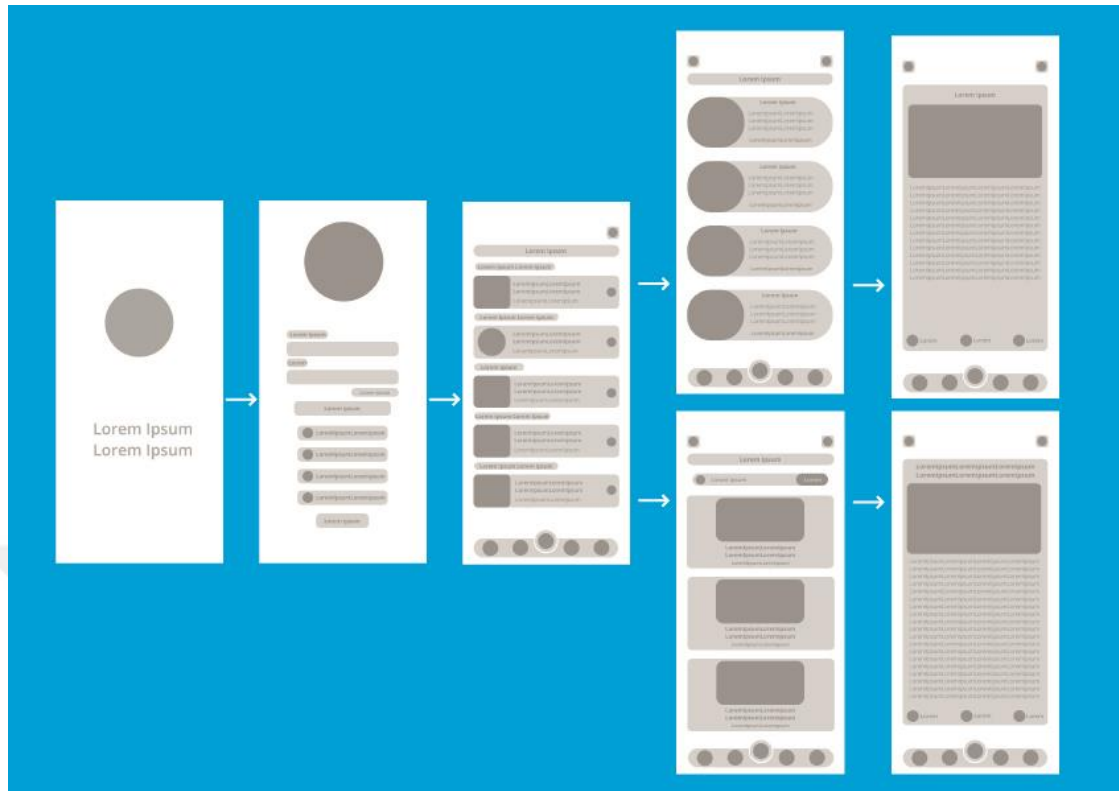
Teknolojinin gelişimine bağlı olarak ilk önce bilgisayarlar ile birlikte hayata giren arayüzler internetin ortaya çıkması ile birlikte web sitelerinde ve mobil cihazlarda

yerini almaya başlamıştır. Web sitelerin yaygınlaşması ve yükselmesi diğer yandan cep telefonlarında arama özelliği yanında kişisel asistan ya da taşınabilir bir bilgisayarın yaptığı işlevleri yapabilme gücüne erişmiştir. Bu güçle birlikte farklı ekran boyutlarında işlemler yapabilme ihtiyaçlarına çözüm veren arayüzlerin tasarlanmalarına ihtiyaç duyulmuştur. İlk zamanlarda tuş yardımı ile başlayan cihazların yerini tamamen dokunmatik ekranlara sahip akıllı cihazlar gün geçtikçe gelişimini sürdürmekle birlikte arayüzlere ek olarak sesli komutlar veya jest ve mimik ile kontrollere de geçilmiştir. Fakat sesli asistanların gelişme evrelerinin tamamlanmaması jest kullanımlarındaki algılama sorunlarını günümüzde görsel arayüzlerin birincil tercih edilememesine sebep olmaktadır. Mobil arayüzler olarak tanımlanan bu arayüzler dokunma ve bazı hareketleri ile çoğu işlevin yapılmasına izin vermektedir. Bilgisayarlardaki fare kullanımının yerini alan bu işlevler kaydırma, sürükleme ve dokunma gibi hareketleri kapsamakta olup günümüz kullanıcılarına istediği adımları yapmasında fayda sağlamaktadır. İnsan ergonomisi ele alınınca teknolojik cihazların yönetmenin zorlukları mevcuttur fakat her gün gelişen arayüz tasarımları sayesinde bu sorunlar ortadan kalkmaktadır (Çeken ve Delil, 2021, s. 74).

3.2. ARAYÜZ TASARIMININ TANIMI

Arayüzler kullanıcılar ile bilgisayar sistemleri arasındaki ilişkiyi kuran bir çeşit köprüdür. Arayüz bilgisayar sistemlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü arayüz bilgisayar sistemlerinin ya da mobil sistemlerin ömrünü ve kullanılabilirliği etkilemektedir. Bilgisayar sistemleri girdi, süreç ve çıktı olmak üzere üç temel bölümden oluşmaktadır. Kullanıcılar sisteme giriş sinyali yolladığında, sistem gelen sinyal kapsamında durumu değiştirmektedir. Sistem çıktıyı verdiği an tekrar eski duruma dönmektedir. Bu açıdan arayüzler aslında kullanıcıların gelen isteğini de sürece dâhil etmektedir (Akyol, 2014, s. 531).

Görsel 3.2: Mobil Arayüz Tasarımının İşleyiş Sistemi Örneği



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

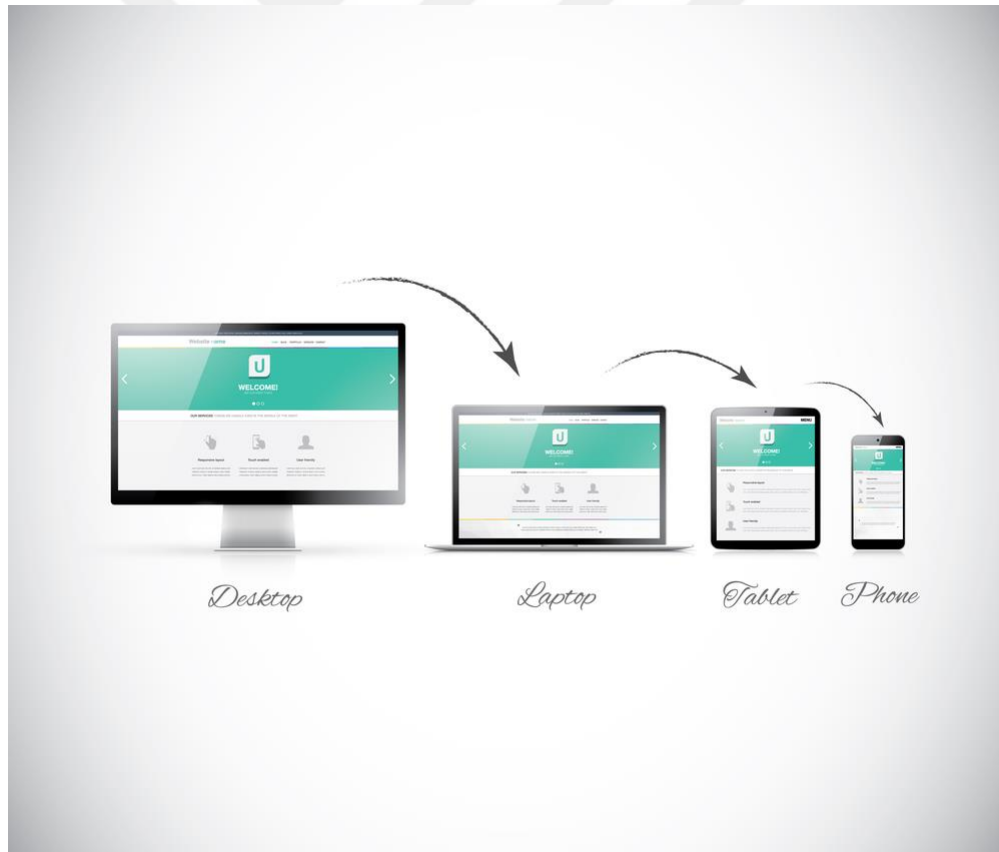
Arayüz tasarımcıları bilgisayarların donanımını, yazılımların teknik özelliklerini ve sınırlılıklarında dikkatli bir şekilde ele almalıdırlar. Çünkü arayüz tasarımları bir bilgisayarın veya mobil cihazların ve yazılımının insanları görebileceği, dokunabileceği, konuşabileceği veya başka şekiller ile anlayıp yönlendirebileceği bir parçadır. Arayüz tasarımlarının temel olarak iki bileşeni mevcuttur bunlar giriş ve çıktıdır. Giriş bir kullanıcının ihtiyaç ve isteklerini bilgisayara nasıl ilettiğidir. En yaygın giriş bileşenleri klavye, hareket topu, fare, kullanıcının parmağı ve kullanıcının sesidir. Çıktı bileşeni ise Bilgisayarın hesaplamalarının ve gereksinimlerinin sonuçları doğrultusunda kullanıcıya nasıl ilettiğidir. Günümüz teknolojisinde en yaygın kullanılan çıktı mekanizması, görüntü ekranıdır ve kullanıcının işitsel özelliklerinden yararlanan mekanizmaları izlemektedir (Galitz, 2007, s. 8). İnternet erişimi olan bilgisayar ve mobil cihazların artış göstermesi ile birlikte internet siteleri ve mobil uygulamaların arayüz tasarımlarının da esnek ve uyarlanabilir bir şekilde olması gerekmektedir. Arayüz tasarımlarının bilgisayar ve mobil cihazlar gibi farklı ekran boyutlarına sahip tüm platformlarda sorunsuz ve tutarlı bir şekilde işlemesi, insan ve makineler arasındaki etkileşimi de en üst seviyelere taşımaya devam edecektir. Bu açıdan arayüz üretiminden önce tasarımların düzgünlüğü, akışı ve

tutarlı olması test edilip ilerleyen zamanlarda karşılaşılabilecek sorunları ve aksaklıkları önceden deneyimlenmesi için prototip uygulamalardan yararlanılabilmektedir (Sakman, 2017, s. 229).

3.3. ARAYÜZ TASARIMININ AMACI

İnsanların hayat tarzlarını tamamen değiştiren mobil cihazlar ve sanal platformlar tüm insanlar tarafından kullanılmasını sağlayan, cihaz ve kullanıcılar arasındaki bir iletişim ve etkileşim köprüsü görevini üstlenen arayüz tasarımlarıdır. Bu arayüz tasarımlarının en önemli amacı makinelerin ve cihazların etkin bir şekilde işleyişini ve kullanıcılara kolaylık sağlaması gerekmektedir. Arayüz tasarımlarının amacına ulaşip başarılı olması için kullanıcıların amaçları doğrultusunda alışkanlıkları ve kullanım deneyimleri göz önünde bulundurulmalıdır (Sakman, 2017, s. 228).

Görsel 3.3: Arayüz Tasarımının Amacına Uygun Tasarlanmış Arayüz Tasarım Örneği



Kaynak: <https://www.architech.ca/responsive-vs-adaptive-web-design-for-ui-ux/>, 2022.

3.4. ARAYÜZ TASARIM İLKELERİ

Estetik özellikleri bulunan arayüz tasarımları için genel bir tasarım ilkelerine koşut arayüz tasarım ilkeleri geliştirilmiştir. Bu arayüz tasarım ilkeleri şu şekildedir (Keş, 2009, s. 27);

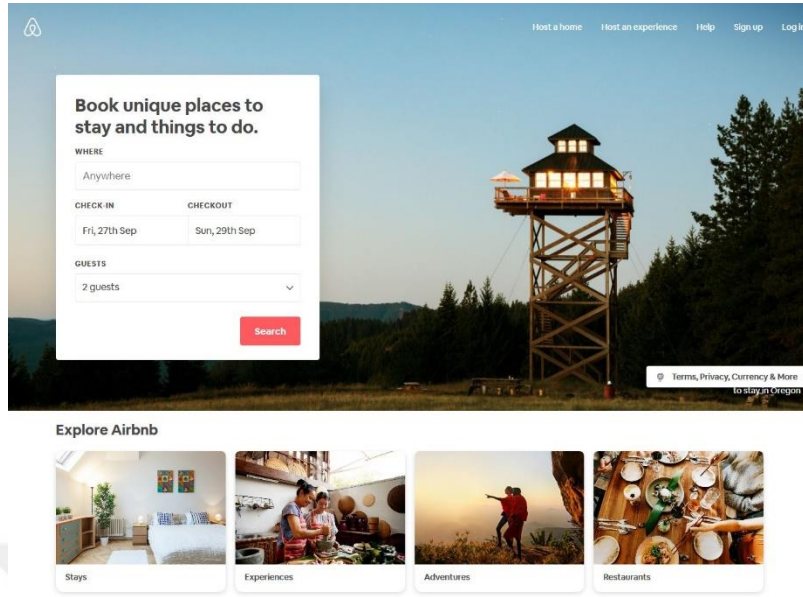
- Yalınlık
- Tutarlılık
- Açıklık
- Denge
- Görsel Hiyerarşi
- Vurgu
- Oran / Orantı
- Uyum / Bütünlük

Arayüz Tasarımı grafik tasarım ilkelerine dikkat edilerek tasarlanması, ortaya çıkacak olan ürünü başarılı ve kullanılabilir kılmayı sağlamaktadır. Kullanıcılar arayüz ile direk temas halinde olduğu için arayüz tasarımının kullanılabilirliği direk etkilediği söylenebilmektedir (Evren, 2016, s. 401).

3.4.1. Yalınlık

Yalınlık ilkesi, arayüz tasarımında kullanılan öğelerin, mesajın daha net bir şekilde algılanmasını sağlamaktadır. Görüntüleri ve metinleri kullanırken anlaşılabilirliğe ve basit yalın bir dile kullanılmasına dikkat edilmelidir (Keş, 2009, s. 28).

Görsel 3.4: Yalınlık İlkesine Örnek Bir Arayüz Tasarımı



Kaynak: <https://helpiewp.com/airbnb-clone/>, 2022.

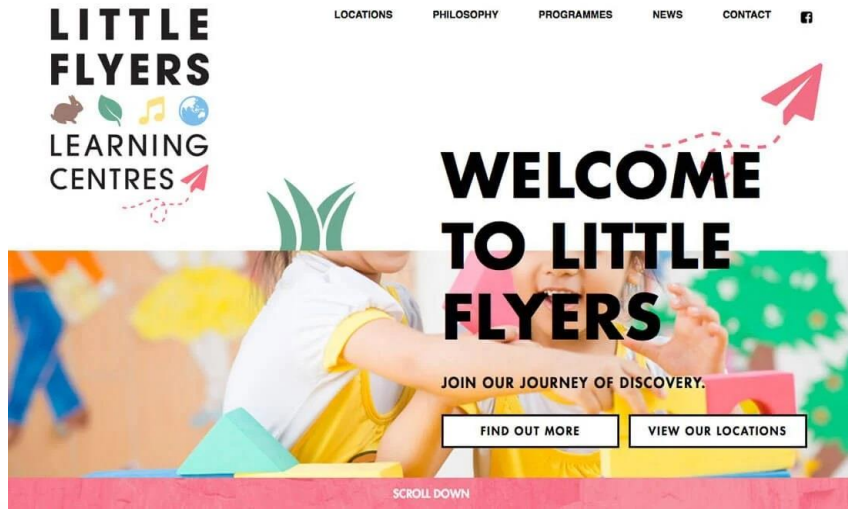
3.4.2. Tutarlılık

Tutarlılık arayüz tasarımlarında görünüm, yerleşim ve davranışlarda tekdüzeliktir. Bu durum tüm tasarım faaliyetleri için geçerli bir durumdur. Tutarlılık önemli bir ilkedir çünkü bir ortamda öğrenilebilen becerilere izin vererek insan öğrenmesini için olan özellikleri azaltabilmektedir (Galitz, 2007, s. 48).

3.4.3. Açıklık

Açıklık ilkesi bir tasarımda kullanılan metinlerin ve görsellerin okunabilir, anlaşılabilir ve algılanabilir bir şekilde olmasıdır (Keş, 2009, s. 32).

Görsel 3.5: Açıklık İlkesine Örnek Bir Arayüz Tasarımı

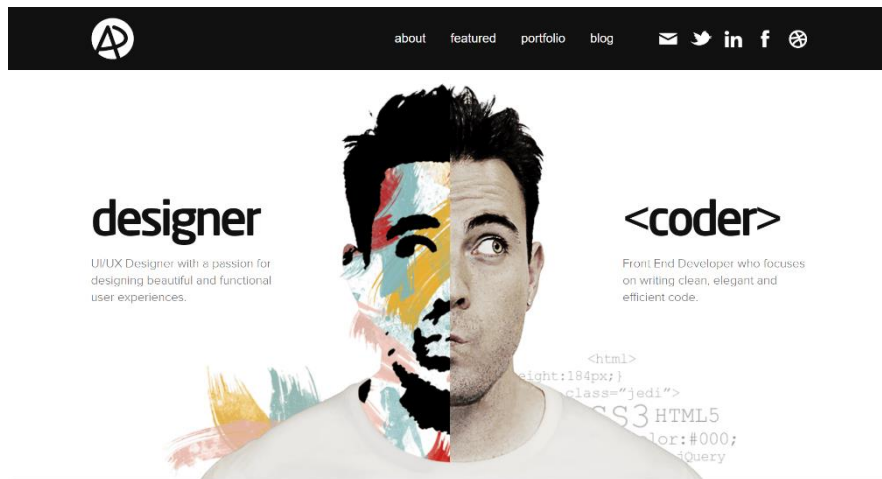


Kaynak: <https://designshack.net/articles/graphics/5-ways-to-boost-contrast-in-your-web-design/>, 2022.

3.4.4. Denge

Tasarımda simetrik ve asimetrik olmak üzere iki denge türü vardır. Bunlar simetrik denge ve asimetrik dengedir. Bir tasarımın asimetrik ya da simetrik dengeye dayalı olmasını en önemli yönü tasarım konusu ve içeriğidir (Becer, 2011, s. 65).

Görsel 3.6: Denge İlkesine Örnek Bir Arayüz Tasarımı

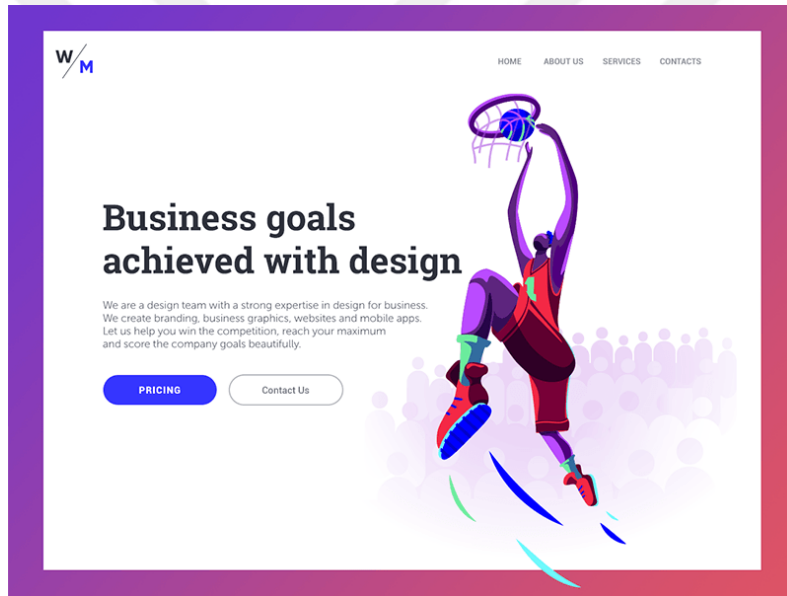


Kaynak: <https://uxengineer.com/principles-of-design/balance/>, 2022.

3.4.5. Görsel Hiyerarşi

En etkili iletişim yolu görsel duyu kanalları yardımıyla gerçekleşmektedir. İnsanlarda görme yeteneği algılamada çok önemli bir rol oynamaktadır. Çoğunlukla kelimelerin yetersiz kaldığı zamanlarda bir görsel, bir fotoğraf algılamayı kolaylaştırmaktadır (Dikener, 2011, s. 161). Arayüz tasarımlarında görsel hiyerarşi oluşturmak için dikkati istenilen tarafa kaydırmak hem de kullanıcıların algılamasını kolaylaştırarak arayüzde zihinsel zorluğa düşmeden dolaşmasını ve bağlı kalınmasını sağlamak için gereklidir. Arayüzü oluşturturken görsel anlamda hiyerarşik bir yapının olması daha rahat bir şekilde algılanma ve gözü rahatsız etmeyecek bir görüntünün ortaya çıkmasına yardımcı olmaktadır (Dikener, 2011, s. 161).

Görsel 3.7: Görsel Hiyerarşi İlkesine Örnek Bir Arayüz Tasarımı

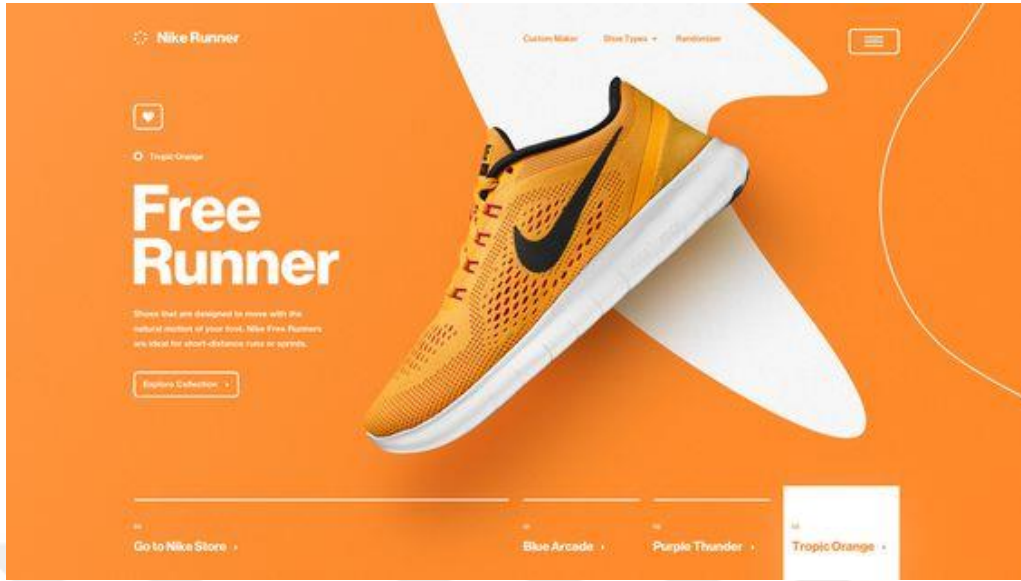


Kaynak: <https://design4users.com/best-practices-on-visual-hierarchy/>, 2022.

3.4.6. Vurgu

Tasarımcı nasıl bir vurgu yapacağını önceden belirlemeli ve vurgu yapacağı unsurlar üzerinde farklı vurgu yöntemleri denemelidir. Tasarımda vurgulayıcı unsur tasarımın konusu veya hedef kitlesine göre değişim gösterebilmektedir (Becer, 2011, s. 74).

Görsel 3.8: Vurgu İlkesine Örnek Bir Arayüz Tasarımı

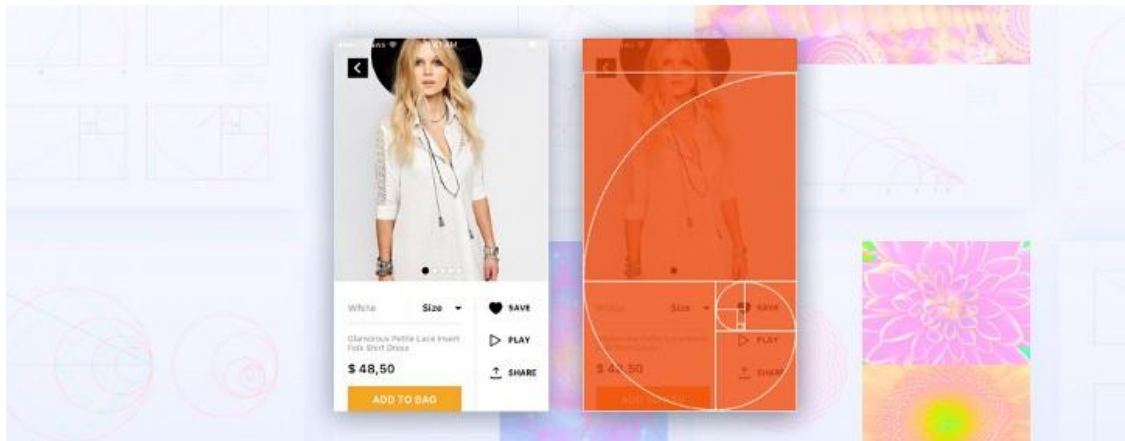


Kaynak: <https://dribbble.com/shots/5088205-Free-Runner-Art-Direction/attachments/1127599>, 2022.

3.4.7. Oran / Orantı

Tasarım açısından oran/orantı boyutlar arası ilişkidir. Tasarımın eni, boyu, genişliği ve yüksekliği arasında oluşturulan alan arasında daima orantıya dayalı bir ilişki bulunmaktadır. Bir unsurun tasarım içinde diğer unsurlar ile kurduğu orantısal ilişkiler tasarımın algısını ve iletişimini etkilemektedir (Becer, 2011, s. 68).

Görsel 3.9: Oran/Orantı İlkesine Örnek Bir Arayüz Tasarımı

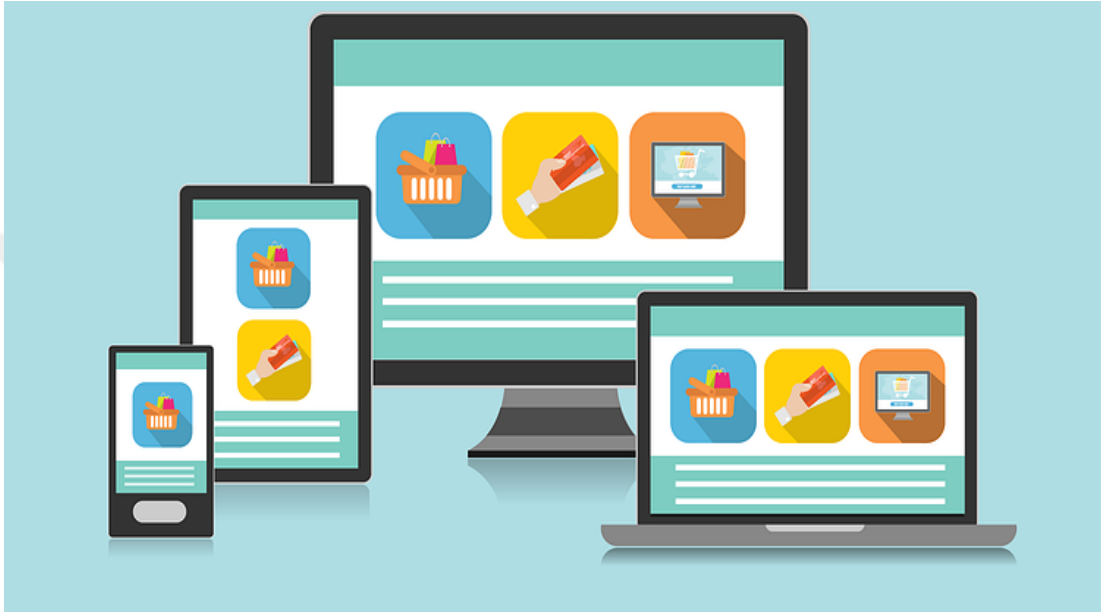


Kaynak: <https://uxplanet.org/golden-ratio-bring-balance-in-ui-design-765c954f0ff9>, 2023.

3.4.8. Uyum / Bütünlük

Tasarım ilkelerinin en önemlilerinden biride uyum/bütünlüktür. Tasarım içindeki görseller bir araya getirildiğinde tasarımdaki dağınıklık ve parçalanmanın önüne geçilmiş olur. Tasarımcı tasarımda bir arada kullanılacak unsurları gruplandırmalı ve birbiriyle uyum sağlayacak şekilde düzenlemelidir (Becer, 2011, s. 72).

Görsel 3.10: Uyum/Bütünlük İlkesine Örnek Bir Arayüz Tasarımı



Kaynak:<https://www.searchenginejournal.com/seo-responsive-web-design-benefits/211264/>, 2023.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
UYGULAMA

Bu bölümde sürdürülebilir tüketim ve sürdürülebilir pazarlama odaklı bir tasarım uygulaması yapılmıştır. Uygulama literatür kısmında açıklanan kavram ve öğeler dikkate alınarak sürdürülebilirliği öğrenmek ve sürdürülebilir tüketime katkı sağlamak için yapılmıştır.

4.1. UYGULAMA: SUSIVERSE KURUMSAL KİMLİK TASARIMI

SUSIVERSE Kurumsal kimliği sayesinde kendisini diğer uygulamalardan ayırarak ön plana çıkabilmeyi amaçlamaktadır.

Görsel 4.1: SUSIVERSE Logo Denemeleri



Görsel 4.2: SUSIVERSE Logo Tasarımı

SUSIVERSE uygulaması sürdürülebilirliğin İngilizce anlamı olan sustainability kelimesinin başında yer alan ‘sus’ ile Türkçe anlamı evren olan İngilizce ‘universe’ kelimesinin sonunda yer alan verse kelimesini birleştirerek sürdürülebilir evren anlamı çıkartarak SUSIVERSE uygulamasının adı belirlenmiştir. SUSIVERSE logo tasarımında dış hatlarında kullanılan yuvarlak hem dünyanın hem de geri dönüşüm olarak düşünülmüştür. Yuvarlağın ortasında SUSIVERSE ve sürdürülebilirliğin s harfi ve ona doğru yansıyan bir güneş görülmektedir. Logoda verilmek istenen anlam ise dünyamıza sürdürülebilirlik sayesinde güneş doğacaktır. Logoda kullanılan renkler ise soldan sağa doğru geçişli olacak şekilde #B6E800 kodlu rgb (182, 232, 0), cmyk (38%, 0%, 98%, 0%) renk ve # 5DAA03 rgb (93, 170, 3), cmyk (68%, 5%, 100%, 0%) kodlu renk kullanılmıştır. Logoda ve uygulama içinde yeşil tonlarının kullanılması insanlara güven vermesi, doğayı çağrıştırması ve sürdürülebilirliğe teşvik edebilmesinden dolayı seçilmiştir. Logunun içinde bulunan s harfi Shaded Larch fontudur. Logunun altında SUSIVERSE uygulamasının adının yazdığı font ise Bowlby One SC’dir. Bu fontun kullanılmasının sebebi kullanışlı olması ve dijital platformlarda kullanılması için tasarlanmış olmasıdır.

Görsel 4.3: SUSIVERSE Logo Tasarımı Kurumsal Renk Paleti



Görsel 4.4: SUSIVERSE Kurumsal Logo Fontları

Shaded Larch Regular

A B C Ç D E F G Ğ H İ J K L M N O Ö P R S Ş T U Ü V Y Z
a b c ç d e f g ğ h i j k l m n o ö p r s ş t u ü v y z

BOWLBY ONE SC REGULAR

A B C Ç D E F G Ğ H İ J K L M N O Ö P R S Ş T U Ü V Y Z
A B C Ç D E F G Ğ H İ J K L M N O Ö P R S Ş T U Ü V Y Z

Görsel 4.5: SUSIVERSE Uygulama Tasarımı Kurumsal Renk Paleti



Görsel 4.6: SUSIVERSE Uygulama Tasarımı Kurumsal Fontu

Open Sans Regular

A B C Ç D E F G Ğ H İ J K L M N O Ö P R S Ş T U Ü V Y Z
a b c ç d e f g ğ h i j k l m n o ö p r s ş t u ü v y z

Open Sans SemiBold

A B C Ç D E F G Ğ H İ J K L M N O Ö P R S Ş T U Ü V Y Z
a b c ç d e f g ğ h i j k l m n o ö p r s ş t u ü v y z

Open Sans Bold

A B C Ç D E F G Ğ H İ J K L M N O Ö P R S Ş T U Ü V Y Z
a b c ç d e f g ğ h i j k l m n o ö p r s ş t u ü v y z

SUSIVERSE uygulama içinde başlıklarda ve metinlerde kullanılmak üzere Open Sans Regular fontu kullanılmıştır. Bu fontun seçilme sebebi mobil cihazlar için tasarlanması ve kullanılmasıdır.

4.2. SUSIVERSE TASLAK VE UYGULAMA ÇALIŞMASI

Görsel 4.7: SUSIVERSE Açılış Ekranı Sayfa Tasarımı



Açılış ekranı sayfasını taslağına bakıldığında sade bir açılış sayfası yer almaktadır. Yuvarlak ile belirlenen yer logonun yer alacağı kısım olarak yer almaktadır.

Alt kısımda yazan lorem ıpsum kısımları ise sayfanın açılışında kullanıcıları selamlayan bir yazı alanı olarak düşünülmüştür. Açılış ekran sayfası SUSIVERSE uygulamasına girdiğiniz zaman sizi karşılayan sayfadır. SUSIVERSE açılış ekranı tasarımına bakıldığında arka plan #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sayfanın orta kısmında SUSIVERSE logosu ve SUSIVERSE hoş geldiniz yazısı beyaz renkte tasarlanmıştır.

Görsel 4.8: SUSIVERSE Giriş Ekranı Sayfa Tasarımı



Giriş sayfası taslağına bakıldığında açılış sayfası ile aynı olmakla birlikte logonun yer alacağı kısım yuvarlak şekil ile gösterilmiştir. Alt kısımlara doğru bakıldığında ise kullanıcı adı ve şifrenin girileceği kısımlar, şifremi unuttum ve giriş butonunun yer alacağı kısım olarak belirtilmiştir. Logonun alt kısmında ise farklı uygulamalar ile SUSIVERSE uygulamasına giriş yapılabilecek uygulamaların yer aldığı butonlar ve butonların iç kısmında uygulamaların logoların yer alacak şekilde düşünülmüştür. Sayfanın en altında yer alan kısım ise kayıt ol butonu olarak düşünülmüştür. SUSIVERSE giriş ekranı Giriş yapmak veya kaydolmak için kullanılan sayfadır. SUSIVERSE giriş ekranı tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renktedir. Sayfanın üst kısmında SUSIVERSE uygulamasının logosu yer almaktadır. Logonun hemen altında SUSIVERSE uygulamasında kullanıcı adı giriş kısmı, şifre kısmı, şifremi unuttum kısmı ve giriş yap butonu tasarlanmıştır. Ayrıca sayfanın orta kısmında facebook, twitter, instagram ve Google ile uygulama giriş butonları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında SUSIVERSE uygulamasına kayıt ol buton tasarlanmıştır.

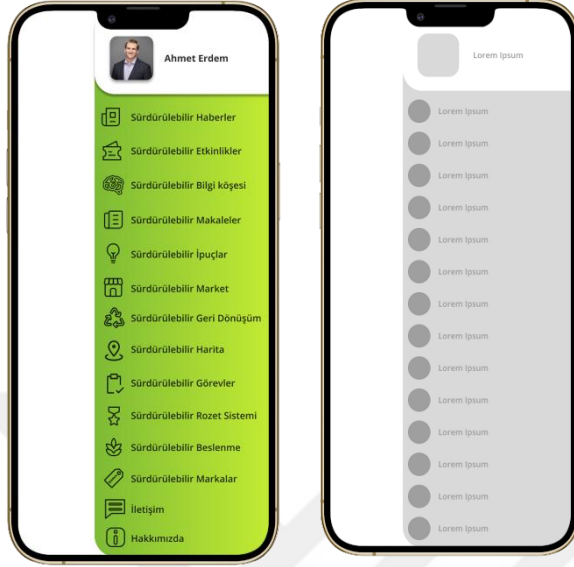
Görsel 4.9: SUSIVERSE Anasayfa Tasarımı



Anasayfa taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın orta kısmında ise uygulama içindeki yer alacak sayfaların en güncel durumlarını gösterecek alanlar yerleştirilecekler. Bu alanların içinde şekiller ile belirlenen yerlere Görsel ve ikonlar lorem ipsum yazan yerlere ise metin alanı kısmı yerleştirilecektir. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. SUSIVERSE Anasayfa yayınlanan en son haberlerin, yayınlanan en son makalelerin, güncel görevlerin, yayınlanan en son tariflerinin ve yayınlanan en son etkinliklerin başlıkları ve kısa içeriklerinin yer aldığı sayfadır. SUSIVERSE ana sayfa tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Ana sayfanın sağ üst köşesinde menü butonu yer almaktadır. Ana sayfanın üst kısmında SUSIVERSE hoş geldiniz yazısı yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında yer alan yayınlanan en son haberler alanında en son haberin fotoğrafı, başlığı haberin devamı için tıklayınız alanı ve sayfaya ilerle butonu tasarlanmıştır. Yayınlanan en son makaleler kısmında makale ikonu, başlığı, tam metni okumak için tıklayınız alanı ve sayfaya ilerle butonu tasarlanmıştır. Güncel görevler kısmında görevin fotoğrafı, başlığı görevler detayları için tıklayınız alanı ve sayfaya ilerle butonu tasarlanmıştır. Yayınlanan en son tarifler kısmında tarfin fotoğrafı, başlığı, tarfin devamı için tıklayınız alanı ve sayfaya ilerle butonu tasarlanmıştır. Yayınlanan en son etkinlikler kısmında etkinliğin fotoğrafı, başlığı, tarihi, etkinlik detayları için tıklayınız alanı ve sayfaya ilerle butonu tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03

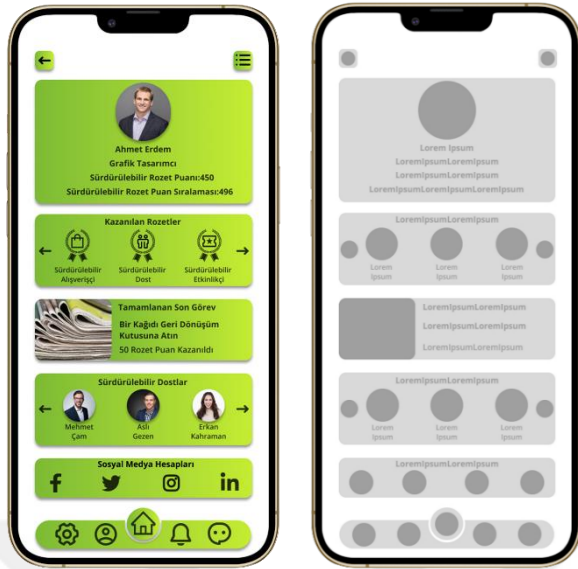
rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.10: SUSIVERSE Menü Tasarımı



Menü taslağına bakıldığında yuvarlak şekiller SUSIVERSE uygulamasında yer alacak sayfaların ikonlarının yer alacağı kısımlardır. Yanlarında ise sayfaların adlarının yer alacağı yazım alanları yer almaktadır. Üst kısmında kare kısım kullanıcının profil resmi ve yanındaki yazı alanı adının yerleştirileceği kısımdır. SUSIVERSE uygulamasında bulunan menü tasarımı sayfalara kolay şekilde ulaşılan sayfadır. SUSIVERSE menü tasarımına bakıldığında üst kısımda beyaz arka plan üstüne kullanıcının adı ve fotoğrafının olacağı yer olarak tasarlanmıştır. Menünün devamında arka plan #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır ve menünün içine SUSIVERSE uygulamasının sayfalarının adları ve ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.11: SUSIVERSE Profil Sayfası Tasarımı



Profil sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Üst karede kullanıcının fotoğrafı ve bilgilerinin yer alacağı alan bu alanın altında ise SUSIVERSE uygulamasının içinde yer alan sayfaların kareleri ve içinde yer alan yazıları ve görsellerin yerleşeceği kısımlar yer almaktadır. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. SUSIVERSE uygulamasına Kayıt olan kişiye ait bilgilerin bulunduğu sayfadır. SUSIVERSE profil sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Profil sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Profil sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfanın ortasında sırasıyla kişisel bilgiler, kazanılan rozetler alanı, tamamlanan son görev alanı, sürdürülebilir arkadaşlar alanı ve kullanıcının sosyal medya hesaplarını ekleyeceği alanlar tasarlanmıştır. Kişisel bilgiler alanında kullanıcının fotoğrafı, adı, mesleği, kazanılan rozet puanı ve rozet sıralaması alanı tasarlanmıştır. Kazanılan rozetler alanında üç adet gözükecek ve yana kaydırılacak şekilde rozetler yerleştirilmiştir. Tamamlanan son görev alanında görevin fotoğrafı, detayı ve kazanılan rozet puanı tasarlanmıştır. Sürdürülebilir dostlar alanında üç adet arkadaş gözükecek şekilde ve yana kaydırılacak şekilde tasarlanmıştır. Kullanıcı sosyal medya hesapları alanında kullanıcının sosyal medya hesaplarını paylaşabildiği alan tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak

tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.12: SUSIVERSE Ayarlar Sayfası Tasarımı



Ayarlar sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan vardır. Sayfanın orta kısmında ayarlar başlıklarının yer alacağı alanlar ve ayarlar kategorilerinin ikonlarının ve metin alanlarının yer alacağı bölüm vardır. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. SUSIVERSE uygulamasını kullanıcıya özel şekilde ayarlamak için kullanılan sayfadır. SUSIVERSE ayarlar sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Ayarlar sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Ayarlar sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfanın devamında genel ayarlar, güvenlik ayarları, sosyal hesaplar ve çıkış yap alanları tasarlanmıştır. Bu alanlar içinde verilen genel ve güvenlik ayarlarının ikonları ve ileri butonları yer almaktadır. Sosyal medya alanında sosyal medya uygulamalarının logoları ve açma kapama butonları yerleştirilmiştir. Çıkış yap kısmında ikon ve ileri butonuna yer verilmiştir. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.13: SUSIVERSE Hakkımızda Sayfası Tasarımı



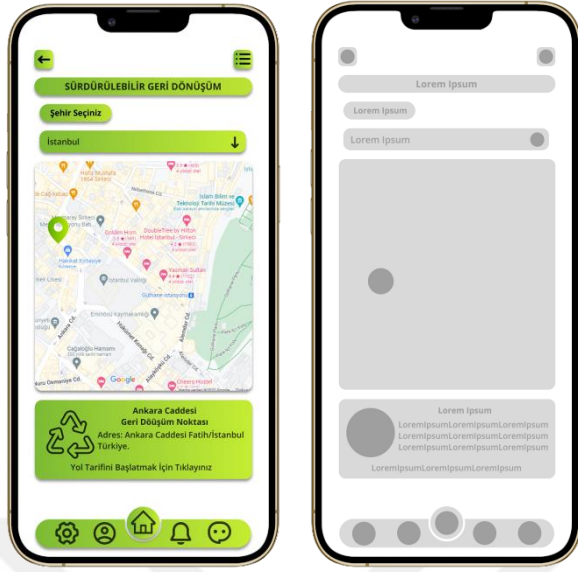
Hakkımızda sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan vardır. Sayfa ortasında SUSIVERSE uygulamasının hakkında yazı alanı bulunmaktadır. Alt kısmında SUSIVERSE uygulamasının sosyal medya hesaplarının yer alacağı alanlar ve bu alanların içinde SUSIVERSE sosyal medya hesapları ikonlarının alanları ve metin alanları olarak düşünülmüştür. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. SUSIVERSE uygulaması hakkında bilgi sağlayan sayfadır. SUSIVERSE hakkımızda sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Hakkımızda sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Ayarlar sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında SUSIVERSE hakkında detaylı bilgiler yer almaktadır. Yazının altında SUSIVERSE uygulamasının sosyal medya hesapları, sosyal medya uygulamalarının logoları ile yer verilmiştir. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.14: SUSIVERSE İletişim Sayfası Tasarımı



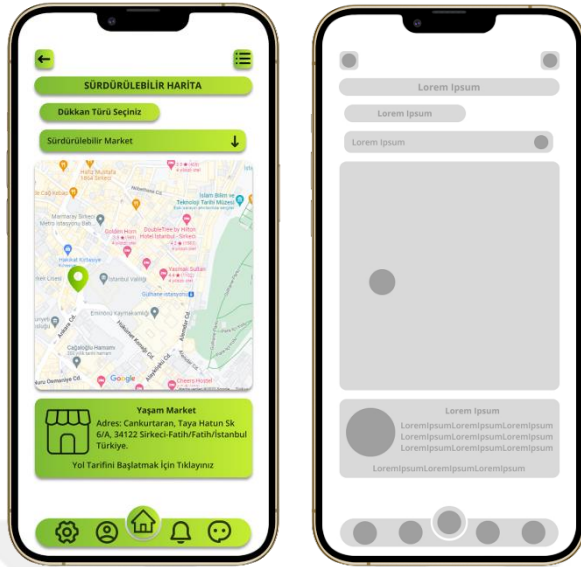
İletişim sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan devamında sayfa içindeki başlıkların yer alacağı ve iletişim için mesaj yazılacak alan vardır. Bu alanların altından ise mesaj gönder butonunun yer alacağı alan olarak düşünülmüştür. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. SUSIVERSE uygulamasından yardım almak için kullanılan iletişim sayfasıdır. SUSIVERSE iletişim sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. İletişim sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. İletişim sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Başlığın altında konu seçme alanı mesajı iletişim için mesajın girileceği alan tasarlanmıştır. Bu alan altında ise mesajı gönderme butonu tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.15: SUSIVERSE Sürdürülebilir Geri Dönüşüm Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir geri dönüşüm sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan devamında şehir seçim yazısı alanı ve butonun alanı olarak düşünülmüştür. Sayfa ortasında sürdürülebilir geri dönüşüm haritası ve kullanılacak yer ikonun alanı belirtilmiştir. Haritanın altındaki alan geri dönüşüm noktası hakkında konum bilgilerinin ve ikonunu yer alacağı alan olarak düşünülmüştür. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Türkiye’deki şehirlerde bulunan geri dönüşüm noktalarını bulmaya yarayan sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir geri dönüşüm sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir geri dönüşüm sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri botunu yer almaktadır. Sürdürülebilir geri dönüşüm sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfanın ortasında şehir seçme alanı ve haritada gösterildiği yer mevcuttur. Haritanın altında sürdürülebilir geri dönüşüm alanın başlığı, konum detayları ikonu ve tarifi başlatmak için tıklayınız yazısı tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.16: SUSIVERSE Sürdürülebilir Harita Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir Harita sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan devamında işletme türünün yazı alanı ve butonun alanı olarak düşünülmüştür. Sayfa ortasında sürdürülebilir haritası ve kullanılacak yer ikonun alanı belirtilmiştir. Sürdürülebilir haritanın altındaki alan sürdürülebilirlik felsefesiyle çalışan işletmeler hakkında konum bilgilerinin ve ikonlarının yer alacağı alan olarak düşünülmüştür. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Seçilen işletme türüne göre kişinin bulunduğu konuma en yakın olan işletmeyi gösteren sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir harita sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir harita sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sürdürülebilir harita sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfanın ortasında dükkân türü seçme alanı ve haritada gösterildiği yer mevcuttur. Haritanın altında sürdürülebilir dükkânın başlığı, konum detayları ikonu ve tarifi başlatmak için tıklayınız yazısı tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.17: SUSIVERSE Sürdürülebilir Bilgi Köşesi Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir bilgi köşesi sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan devamında sürdürülebilir bilgilerin verileceği metin alanlarının yerleri olarak düşünülmüştür. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilirliğin içinde bulunan konular hakkında bilgi veren sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir bilgi köşesi sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir bilgi köşesi sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sürdürülebilir bilgi köşesi sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında sürdürülebilir bilgilerin yer aldığı alan tasarlanmıştır. Bu alanlar içinde bilgilerin başlıkları, kısa detayları, beğen, yorum yap, paylaş yazı alanı ve devamı için tıklayınız yazı alanı tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.18: SUSIVERSE Sürdürülebilir Bilgi Köşesi Detay Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir bilgi köşesi detay sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın orta kısmında sürdürülebilir bilgilerin detaylıca yazılacağı alan ve bu alanın içinde yapılan bilgi paylaşımına verilecek yorum, beğeni ve paylaş yazı alanları ve ikonları yer verilecektir. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilir bilgilerin detaylı anlatıldığı sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir bilgi köşesi detay sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir bilgi köşesi sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında sürdürülebilir bilginin yer aldığı alan tasarlanmıştır. Bu alan içinde bilginin başlığı, detayları, beğen, yorum yap ve paylaş yazı alanı ve ikonları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.19: SUSIVERSE Sürdürülebilir Markalar Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir markalar sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan vardır. Sayfanın orta kısmında markaların yer alacağı alanlar ve bu alanlar içinde markaların adları ve logolarının yerleştirileceği alanlar mevcuttur. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilir markaların yer aldığı sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir markalar sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir markalar sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sürdürülebilir markalar sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında markaların alanları tasarlanmıştır. Bu alanların içinde markaların logolarına ve detaylar için tıklayınız alanı yerleştirilmiştir. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.20: SUSIVERSE Sürdürülebilir Markalar Detay Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir markalar detay sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın orta kısmında markanın logosu ve sürdürülebilirlik hakkında yazı alanları mevcuttur. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilir markalar hakkında detaylı bilgi verilen sayfasıdır. SUSIVERSE sürdürülebilir markalar detay sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir bilgi köşesi sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri botunu yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında sürdürülebilir markaların yer aldığı alan tasarlanmıştır. Bu alan içinde markanın logosu, sürdürülebilirlik hakkında detayları, beğen, yorum yap ve paylaş yazı alanı ve ikonları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.21: SUSIVERSE Sürdürülebilir İpuçları Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir ipuçları sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan vardır. Sayfanın orta kısmında ipuçlarının yer alacağı alan vardır. Bu alan içinde İpuçlarının fotoğrafları, başlıkları, kısa detayları, devamı için tıklayınız alanı, İpucuna yorum, beğeni ve paylaş yazı alanları yerleştirilecektir. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilirliği hayatımıza dahil etmek için kullanılabilecek ipuçlarının bulunduğu sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir ipuçları sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir ipuçları sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri botunu yer almaktadır. Sürdürülebilir ipuçları sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında ipuçların alanları tasarlanmıştır. Bu alanlar içinde ipuçların fotoğrafları, başlıkları, kısa detayları, beğen, yorum yap, paylaş alanları ve devamı için tıklayınız yazı alanları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.22: SUSIVERSE Sürdürülebilir İpuçları Detay Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir ipuçları detay sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Orta kısımda ipucun başlığı, resmi ve detaylarının yer alacağı alan mevcuttur. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. İpuçların hakkında detaylarının anlatıldığı sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir ipuçları detay sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir bilgi köşesi sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında sürdürülebilir ipuçların yer aldığı alan tasarlanmıştır. Bu alan içinde ipucunun başlığı, fotoğrafı, detayları, beğen, yorum yap ve paylaş yazı alanı ve ikonları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.23: SUSIVERSE Sürdürülebilir Market Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir market sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan vardır. Başlığın altında markette ürün arama kısmı yerleştirilecektir. Arama Kısımının altında ürünlerin kategorilerine göre seçilebilecek kategoriler yerleştirilecektir. Sayfanın ortasında ise ürünlerin alanları ve bu alanlar içinde ürünlerin fotoğrafları ve adları yerleştirilecektir. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilir ürünlere daha kolay ulaşılmasını sağlayan market sayfasıdır. SUSIVERSE sürdürülebilir market sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir market sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri botunu yer almaktadır. Sürdürülebilir market sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfa başlığını altında ürün arama butonu tasarlanmıştır. Arama butonun altında ürün kategorisine göre seçme alanı tasarlanmıştır. Sayfanın orta kısmında ürünlerin yer aldığı alan tasarlanmıştır ve bu alan alanlar içerisinde ürünlerin fotoğrafları ve adları yer almaktadır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.24: SUSIVERSE Sürdürülebilir Market Detay Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir market detay sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Orta kısımda ürünü fotoğrafı, ürünün adı, detaylarının alanı vardır. Devamında ürünün sitesine yönltilecek buton alanı mevcuttur. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Marketteki ürünlerin detaylı anlatıldığı sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir market detay sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir market detay sayfası sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri botunu yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında ürünün fotoğrafı, başlığı ve detaylı açıklamaları yer almaktadır. Bu kısmında altında ise ürünün satıldığı siteye yönelten bir buton tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.25: SUSIVERSE Sürdürülebilir Etkinlikler Sayfası Tasarımı



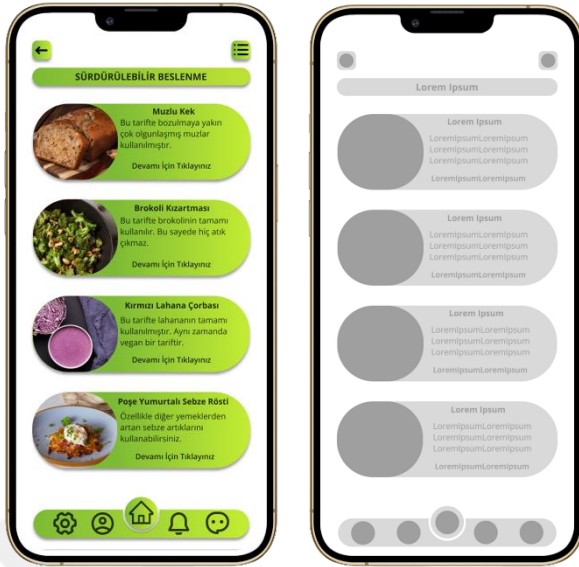
Sürdürülebilir etkinlikler sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan vardır. Bu alanın altında aratılmak istenen etkinliğin arama kısmı ve butonu yerleştirilecektir. Sayfanın orta kısmına bakıldığında etkinliklerin yerleştirileceği alanlar mevcuttur. Bu alanların içinde etkinliklerin başlıkları, tarihleri ve detaylar için tıklayınız alanları yerleştirilecektir. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilir etkinliklerin ve tarihlerinin yer aldığı sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir etkinlikler sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir etkinlikler sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri botunu yer almaktadır. Sürdürülebilir etkinlikler sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Başlığın altında aranılacak olan etkinliğin arama butonu tasarlanmıştır. Sayfanın ortasında etkinliklerin alanı tasarlanmıştır. Bu alan içinde etkinliklerin fotoğrafları, başlıklar, tarihleri ve detaylar için tıklayınız yazı alanı tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.26: SUSIVERSE Sürdürülebilir Etkinlikler Detay Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir etkinlikler detay sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın orta kısmında etkinliğin detaylarının yer alacağı alan mevcuttur. Bu alan içinde etkinliğin başlığı, tarihi, fotoğrafı, etkinliğin detayları ve beğen, paylaş ve yorum yap yazı alanları ve ikonlarının yer alacağı kısımdır. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Etkinliklerin detaylı bir şekilde anlatıldığı sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir etkinlikler detay sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir bilgi köşesi sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri botunu yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında sürdürülebilir etkinliklerin yer aldığı alan tasarlanmıştır. Bu alan içinde etkinliğin başlığı, tarihi, fotoğrafı, detayları, beğen, yorum yap ve paylaş yazı alanı ve ikonları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.27: SUSIVERSE Sürdürülebilir Beslenme Sayfası Tasarımı



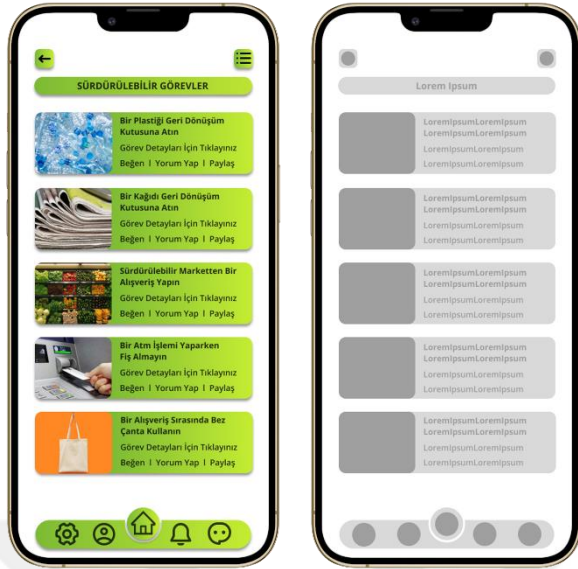
Sürdürülebilir beslenme sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan vardır. Sayfanın orta kısmında sürdürülebilir beslenme hakkında verilen yemek tariflerinin yerleştirileceği alan ve bu alan içinde yemeklerin fotoğrafları, adları, kısa bilgileri ve devamı için tıklama alanı yerleştirilecektir. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilir yemek tariflerinin bulunduğu sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir beslenme sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir beslenme sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sürdürülebilir beslenme sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında beslenme alanları tasarlanmıştır. Bu alan içinde beslenmelerin fotoğrafları, başlıkları, kısa detayları ve devamı için tıklayınız yazı alanları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.28: SUSIVERSE Sürdürülebilir Beslenme Detay Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir beslenme detay sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın orta kısmında sürdürülebilir beslenme ile ilgili verilen yemek tariflerinin bulunacağı alan mevcuttur. Bu alan içinde yemek tarifinin fotoğrafı, başlığı, detaylı tariflerin detaylı yazı alanı ve yemek tarifini beğen, paylaş ve yorum yap yazı alanları ikonlarının yer alacağı kısımdır. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilir yemek tariflerinin detaylı anlatıldığı sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir beslenme detay sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir beslenme sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri botunu yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında sürdürülebilir beslenmelerin yer aldığı alan tasarlanmıştır. Bu alan içinde beslenmenin başlığı, fotoğrafı, malzemeleri, yapılışı beğen, yorum yap ve paylaş yazı alanı ve ikonları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.29: SUSIVERSE Sürdürülebilir Görevler Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir görevler sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan vardır. Sayfanın orta kısmında görevlerin fotoğrafları, başlıkları, detaylara tıklayınız yazı alanı, beğen, paylaş ve yorum yap yazı alanları vardır. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilir görevlerin yer aldığı sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir görevler sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir görevler sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sürdürülebilir görevler sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında sürdürülebilir görevlerin yer aldığı alanlar tasarlanmıştır. Bu alanlar içinde görevleri fotoğrafları, başlıkları, görev detayları için tıklayınız alanı, beğen, yorum yap ve paylaş yazı alanları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.30: SUSIVERSE Sürdürülebilir Görevler Detay Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir görevler detay sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın orta kısmında görevin başlığı, fotoğrafı, görevin detayları ve görevi beğen, paylaş ve yorum yap yazı alanları ikonlarının yer alacağı kısımdır. Bu alanın altında ise görevi başlat butonunun yer alacağı alan mevcuttur. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilir görevlerin detaylı anlatıldığı sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir görevler detay sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında sürdürülebilir görevlerin yer aldığı alan tasarlanmıştır. Bu alan içinde görevin başlığı, fotoğrafı, detayları, beğen, yorum yap ve paylaş yazı alanı ve ikonları tasarlanmıştır. Detay kısmının altında ise görevi başlat butonu tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.31: SUSIVERSE Sürdürülebilir Rozet Sistemi Sayfası Tasarımı



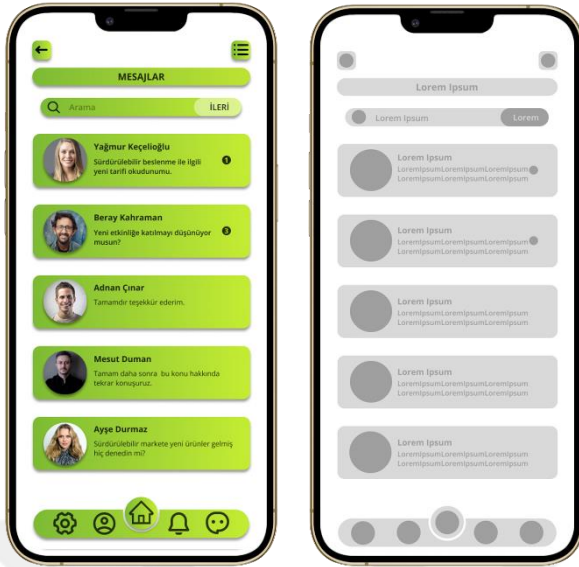
Sürdürülebilir rozet sistemi sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan vardır. Sayfanın orta kısmından yukarıdan aşağıya olacak şekilde kazanılan rozetler yazısı alanı, kazanılan rozetlerin adı ve ikonlarının alanı, kazanılmayan rozetler yazısı alanı ve kazanılmayan rozetlerin adlarının ve ikonlarının yer alacağı alanlar mevcuttur. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilir rozet sistemi sayfası kullanıcının kazandığı ve kazanmadığı rozetlerin yer aldığı sayfadır. Rozetler uygulama içinde yapılacak farklı aktiviteler veya görevler sayesinde kazanılacak bir sisteme sahiptir. SUSIVERSE sürdürülebilir rozet sistemi sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir rozet sistemi sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sürdürülebilir rozet sistemi sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında kazanılan rozetler ve kazanılmayan rozetler alanları tasarlanmıştır. Bu alanların içinde Rozetlerin adları ve her rozete özel madalya tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.32: SUSIVERSE Sürdürülebilir Rozet Sistemi Detay Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir rozet sistemi detay sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan vardır. Sayfanın orta kısmından yukarıdan aşağıya olacak şekilde kazanılan rozetler yazısı alanı, kazanılan rozetlerin adı ve ikonlarının alanı, kazanılmayan rozetler yazısı alanı ve kazanılmayan rozetlerin adlarının ve ikonlarının yer alacağı alanlar mevcuttur. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sayfanın orta kısmında ortada büyüyecek şekilde kazanılan veya kazanılmayan rozetin adı, ikonu ve açıklaması yer alacaktır. Sürdürülebilir rozet sistemi detay sayfası kullanıcının kazandığı ve kazanmadığı rozetin tek yer aldığı sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir rozet sistemi detay sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir rozet sistemi sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sürdürülebilir rozet sistemi sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında kazanılan rozet veya kazanılmayan rozetin detaylı bir şekilde anlatıldığı alan tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.33: SUSIVERSE Mesajlar Sayfası Tasarımı



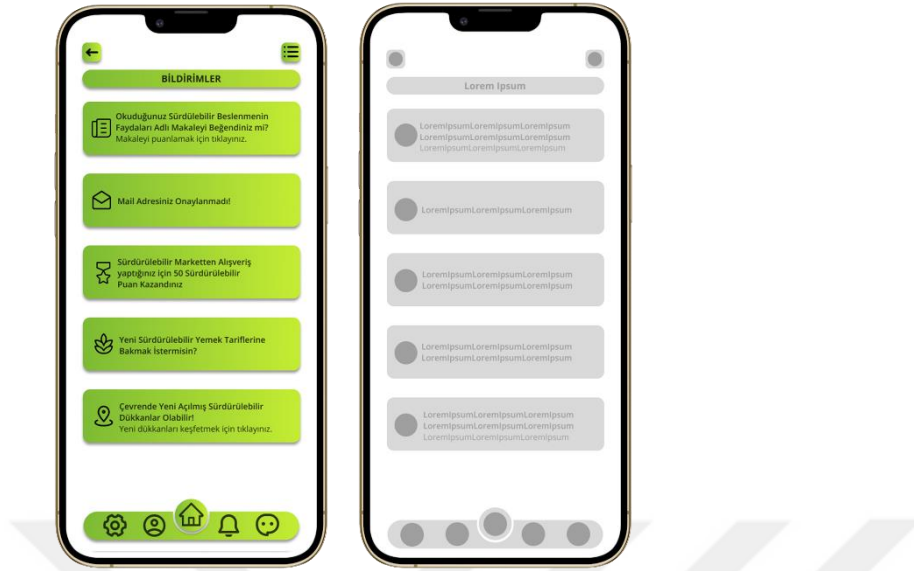
Mesajlar sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan vardır. Başlığın altında mesajlar kısmında aranacak olan kişinin arama kısmı vardır. Sayfanın orta kısmında mesaj atılan kişilerin alanları ve bu alanlar içinde kişilerin adları, atılan mesajlar, kişilerin fotoğrafları ve okunmayan mesajların sayısı alanları mevcuttur. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. SUSIVERSE uygulaması içindeki farklı kullanıcılar ile mesajlaşma sayfasıdır. SUSIVERSE sürdürülebilir market sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Mesajlar sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Başlığın altında mesaj atılacak kişinin isminin aranacağı alan tasarlanmıştır. Sayfanın orta kısmında mesaj atılan kişilerin alanları tasarlanmıştır. Bu alan içinde kişilerin fotoğrafları ve adları, son mesajlar, okunmayan mesajlar ve kaç adet okunmayan mesaj olduğunu gösteren alanlar tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.34: SUSIVERSE Mesajlar Detay Sayfası Tasarımı



Mesajlar sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Daha sonraki alanlarda mesaj atılan kişinin adı, soyadı ve fotoğrafının yer alacağı alan mevcuttur. Sayfanın orta kısmında ise mesajların yer alacağı alanlar ve bu alanlar içinde metin alanları ve mesajın gönderildiği saat yerleştirilecektir. Sayfanın en alt kısmında ise emojiilerin seçileceği alan, mesaj yazma alanı ve gönder butonunun yer alacağı alan mevcuttur. Mesajlaşmanın tek kullanıcı ile detaylı anlatıldığı sayfadır. SUSIVERSE mesajlar detay sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Mesajlar detay sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sayfanın üst kısmında konuşlan kişinin fotoğrafı ve adının tasarlandığı yer bulunmaktadır. Sayfanın orta kısmında konuşlan mesajların alanı ve bu alanlar içinde mesaj alanları ve saat alanları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında emoji butonu, gönderme butonu ve mesaj yazma alanı tasarlanmıştır.

Görsel 4.35: SUSIVERSE Bildirimler Sayfası Tasarımı



Bildirimler sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan vardır. Sayfanın orta kısmında bildirimlerin yer alacağı alanla ve bu alanların içinde bildirim başlıkları, kısa detayları ve kategorisine göre yer alacak ikonlarının yerleştirileceği alandır. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. SUSIVERSE uygulama içerisindeki gelen bildirimlerin yer aldığı sayfadır. SUSIVERSE bildirimler sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Bildirimler sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri botunu yer almaktadır. Bildirimler sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında bildirimlerin alanı tasarlanmıştır. Bu alan içinde gelen bildirim kategorisine göre ikonlar ve gelen bildirimlerin metin alanları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.36: SUSIVERSE Sürdürülebilir Makaleler Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir makaleler sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan vardır. Sayfa başlığının altında aranacak olan makalenin arama butonu kısmı yer alacaktır. Sayfanın ortasında makalelerin yer alacağı alanlar ve bu alanlar içerisinde makalelerin başlıkları, yazarları, tam metni okuyunuz yazısı, makaleyi beğen, paylaş ve yorum yap yazı alanları ve genel bir makale ikonun yerleştirileceği alandır. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilir makalelerin yer aldığı sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir makaleler sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir makaleler sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sürdürülebilir makaleler sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Başlığın altında aranılacak olan makalenin arama butonu tasarlanmıştır. Sayfanın orta kısmında makalelerin yer aldığı alan tasarlanmıştır. Bu alan içinde makalelerin ikonları, başlıkları, yazarları, tam metni okumak için tıklayınız yazı alanı, beğen, yorum yap ve paylaş yazı alanları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.37: SUSIVERSE Sürdürülebilir Makaleler Detay Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir makaleler detay sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın orta kısmında yer alan makalenin yer alacağı alandır. Bu alanın üst kısmında makalenin başlığı ve yazar, makalenin alt başlıkları, makalenin detaylı yazı alanı ve makaleyi beğen, paylaş ve yorum yap yazı alanları ikonlarının yer alacağı kısımdır. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilir makalelerin detaylı anlatıldığı sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir makaleler detay sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir makaleler sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında sürdürülebilir makalenin yer aldığı alan tasarlanmıştır. Bu alan içinde makalenin başlığı, detayları, makale içi başlıklar, beğen, yorum yap ve paylaş yazı alanı ve ikonları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.38: SUSIVERSE Sürdürülebilir Haberler Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir haberler sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Sayfanın üst kısmın altında sayfa adının yer alacağı alan vardır. Sayfanın orta kısmında haberlerin yerleştirileceği alanlar mevcuttur bu alanlarda haberlerin ufak boyutta fotoğraf alanları, haber başlıkları, haberin kısa detayı, beğen, yorum yap, paylaş yazı alanları ve detaylar için tıklattınız yazı alanı yerleştirilecektir. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilir haberlerin yer aldığı sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir haberler sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sürdürülebilir haberler sayfasının üst kısmında sayfanın başlığı yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında sürdürülebilir haberlerin yer aldığı alanlar tasarlanmıştır. Bu alanlar içinde haberlerin fotoğrafları, başlıkları, kısa detayları, beğen, yorum yap, paylaş yazı alanları ve devamı için tıklayınız alanları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler, ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Görsel 4.39: SUSIVERSE Sürdürülebilir Haberler Detay Sayfası Tasarımı



Sürdürülebilir haberler detay sayfası taslağına bakıldığında üst kısımda sağda menü ikonunun yer alacağı alan ve geri butonun yerleştirileceği alan vardır. Orta kısımda bulunan alanda haber başlıklarının yer alacağı kısım altında haberin resminin yerleştirileceği kısım görselin altında haberlerin içeriklerinin yer alacağı alan ve en altta haberi beğen, paylaş ve yorum yap yazılarının yer alacağı ve ikonlarının yerleştirileceği alanlar bulunmaktadır. Sayfanın en alt kısmında ise alt menü ve içinde kullanılacak olan ikonların yerleri verilmiştir. Sürdürülebilir haberlerin detaylı anlatıldığı sayfadır. SUSIVERSE sürdürülebilir haberler detay sayfası tasarımına bakıldığında arka plan beyaz renkte ve sayfanın geri kalan alanlarında #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli tasarlanmıştır. Sürdürülebilir haberler detay sayfasının sağ üst köşesinde menü butonu sol üst köşesinde geri butonu yer almaktadır. Sayfanın orta kısmında sürdürülebilir haberlerin yer aldığı alan tasarlanmıştır. Bu alan içinde haberin başlığı, fotoğrafı, detayları, beğen, yorum yap ve paylaş yazı alanı ve ikonları tasarlanmıştır. Sayfanın alt kısmında alt menü tasarımı #B6E800 renginden #5DAA03 rengine geçişli olarak tasarlanmıştır. Alt menü içinde ana sayfa, ayarlar, profil, bildirimler ve mesajlar sayfalarının ikonları yerleştirilmiştir.

Aşağıdaki tablolarda sürdürülebilir tüketimin 3-R kuralı, sürdürülebilirliğin üç boyutu ve sürdürülebilir pazarlamanın 4-C kapsamında tasarlanan sayfaların tablolarına yer verilmiştir.

Tablo 4.1: SUSIVERSE Uygulamasında 3-R Kuralına Uygun Sayfalar

3-R	SUSIVERSE Uygulama Sayfaları
Yeniden Kullanma	Görsel 4.15, Görsel 4.16, Görsel 4.17 Görsel 4.21, Görsel 4.23, Görsel 4.27
Azaltma	Görsel 4.15, Görsel 4.16, Görsel 4.17 Görsel 4.21, Görsel 4.23, Görsel 4.27, Görsel 4.29
Geri Dönüşüm	Görsel 4.15, Görsel 4.16, Görsel 4.17, Görsel 4.21, Görsel 4.23, Görsel 4.29

Sürdürülebilir tüketimin, 3-R kuralı bağlamında yeniden kullanma, azaltma ve geri dönüşüm tanımlarına ve kurallarına uygun SUSIVERSE uygulamasının içinde tasarlanan sayfalar.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 4.2: SUSIVERSE Uygulamasında Sürdürülebilirliğin Üç Boyutuna Uygun Sayfalar

Sürdürülebilirliğin Üç Boyutu	SUSIVERSE Uygulama Sayfaları
Ekonomik Boyut	Görsel 4.19, Görsel 4.23, Görsel 4.29, Görsel 4.36, Görsel 4.38
Sosyal Boyut	Görsel 4.15, Görsel 4.16, Görsel 4.17, Görsel 4.21, Görsel 4.25, Görsel 4.27, Görsel 4.29, Görsel 4.31, Görsel 4.36, Görsel 4.38
Çevresel Boyut	Görsel 4.19, Görsel 4.21, Görsel 4.23, Görsel 4.29, Görsel 4.31, Görsel 4.36, Görsel 4.38

Sürdürülebilir üç boyutu kapsamında ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların tanımlarına uygun SUSIVERSE uygulamasının içinde tasarlanan sayfalar.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

SUSIVERSE uygulaması sürdürülebilir pazarlama karması elemanları olan müşteri değeri, müşteri maliyeti, müşteri iletişimi ve müşteri uygunluğu açısından tasarımıla örtüşmektedir. SUSIVERSE uygulamasında uygulanan sürdürülebilir pazarlama karmasında yer alan müşteri, uygulamanın kullanıcısı olarak ele alınmıştır.

Tablo 4.3: Tasarımda Yararlanılan Sürdürülebilir Pazarlamanın 4C Unsurları

Müşteri Değeri	Kullanıcıların istek ve ihtiyaçlarına rahatlıkla ulaşabilecekleri kullanıcı dostu tasarımın olması, her an iletişim kurabilecekleri iletişim sayfasının bulunması.
Müşteri Maliyeti	Kullanıcılardan ekstra bir ücret talep edilmemesi, uygulama içindeki market ve sürdürülebilir harita sayesinde çevresindeki en uygun sürdürülebilir ürünlere yönlendirmesi.
Müşteri Uygunluğu	Uygulamanın sade tasarımı ile kullanıcılara iletilecek olan sürdürülebilir detaylara uygulama üzerinde rahatça ulaşılabilmesi, çözüm odaklı bir kullanım deneyimi sağlaması.
Müşteri İletişim	Kullanıcıların uygulama yöneticileri ve birbiri ile etkileşime geçebilmesi ve uygulama içinde beğen, yorum yap ve paylaş kısımlarının yer alması, çeşitli aktivitelerin duyurusuna erişim ile haberdar olabilme imkânının olması.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya kaynaklarının hızla tükenmesi ve çevresel, ekonomik ve sosyal alanlarda yaşanan krizler sürdürülebilirlik kavramının doğmasını ve literatürde önem kazanmasını sağlamıştır. Kaynakların gelecek nesillere aktarımı günümüzün önemli problemlerinden birisidir ve tüm insanlığı etkilemektedir. Birçok alanda bu probleme çözüm arayışları gerçekleşmektedir. Bu nokta da sürdürülebilirlik kavramıyla birlikte sürdürülebilir tüketim ve sürdürülebilir pazarlama kavramları da üzerinde tartışılan kavramlar haline gelmiştir. Bu kavramlar bağlamında yapılan çalışmalar hem bilim hem de uygulama alanında önemli katkılar sağlamıştır.

Arayüz tasarımları çoğu insan tarafından neredeyse her gün web veya mobil aracılığıyla kullanılan uygulamalardır. Arayüz tasarımları kullanıcılara istedikleri her türlü bilgiyi tasarım ilkelerine göre tasarlanan arayüz tasarımları sayesinde kolayca iletebilme özelliğine sahiptir. Bu sayede kullanıcılar arayüz tasarımlarının da yardımıyla farklı alanlarda bilgi sahibi olma ve iş ve işlemlerini kolay ve konforlu halledebilmektedir. Bu çalışma sürdürülebilirliği, sürdürülebilir pazarlamayı, sürdürülebilir tüketimi ve mobil arayüz tasarımı kapsayan disiplinler arası bir çalışmadır. Sürdürülebilirliğin üç boyutu, sürdürülebilir tüketimin 3-R kuralı ve sürdürülebilir pazarlamanın 4C öğeleri dikkate alınarak SUSIVERSE mobil uygulama tasarımı geliştirilmiştir. Yapılan çalışma ile amaçlanan kullanıcıları sürdürülebilirlik hakkında bilgilendirip, sürdürülebilir tüketimi yaygınlaştırmaktır. Kullanıcıları sürdürülebilir tüketime teşvik eden daha akıcı ve verimli bir şekilde kullanımını sağlayabilecek tasarım prensiplerine uygun sade bir arayüz tasarımı hazırlanmıştır. SUSIVERSE mobil uygulaması sayesinde sürdürülebilirlik kavramını merak eden ya da sürdürülebilir tüketimini kolaylaştırabilmek isteyen kişilerin bu imkânlarla ulaşılabilmesi hedeflenmektedir. Uygulamada sürdürülebilirlik ile ilgili çok çeşitli seçenekler bulunmaktadır. Yapılacak etkinliklerden haberdar olmak, oyunlaştırma sayesinde sürdürülebilirlik ile ilgili konularda eğlenceli vakit geçirebilmek, geri dönüşümü ulaşılabilir hale getirmek, sürdürülebilir tüketim hassasiyeti olan arkadaşlar edinmek, sürdürülebilir çalışan işletmeleri keşfetmek, sürdürülebilir ipuçları öğrenmek, markaların sürdürülebilir pazarlama faaliyetlerini öğrenmek, sürdürülebilir ürünler keşfetmek bunlardan bazılarıdır. SUSIVERSE arayüz tasarımı; bilgilendirici, keşfedici ve eğlendirici bir şekilde sürdürülebilir hayatı kullanıcılara sunmaktadır. Sonuç olarak yapılan bu çalışmada kullanıcılara, arayüz tasarım ilkelerine uygun bir şekilde

tasarlanarak sürdürülebilirliği en verimli ve sade bir şekilde kullanıcılara tanıtmak ve kullanıcıları sürdürülebilirlik hakkında bilinçlendirmek amacıyla oluşturulmuştur. Sonraki çalışmalarda sürdürülebilirlik hakkındaki uygulamalara daha farklı kategoriler eklenerek zenginleştirilebilir ya da çalışma kodlanıp gerçek hayatta kullanılabilir bir uygulama haline getirilebilir.



KAYNAKÇA

- Akgül, U. (2010). Sürdürülebilir kalkınma: Uygulamalı antropolojinin eylem alanı. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi*, (24), 133-164.
- Altınok, S., Fırat, E. ve Soyu, E. (2015, 9 – 11 Eylül). Küresel iklim değişikliği sorununun çözümü için yeni bir sürdürülebilir kalkınma anlayışı. İçinde S. Sarı. A.H. Gencer ve İ. Sözen (Eds.), *International Conference on Eurasian Economies*, (s. 620-627). Eurasian Economists Association Erişim adresi: <https://www.avekon.org/papers/1393.pdf>.
- Akyol, G. (2014, 28-20 Haziran). *Mobil uygulama arayüzlerinin incelenmesi üzerine bir çalışma* [Sözlü bildiri]. 2nd International Symposium on Innovative Technologies in Engineering and Science, Karabük Üniversitesi, Karabük. Erişim adresi: <https://isites.info/PastConferences/ISITES2014/ISITES2014/papers/B6-ISITES2014ID87.pdf>.
- Balance Principles of Design. (2022, 04 October). Retrieved from: <https://uxengineer.com/principles-of-design/balance/>.
- Baranseli, E., Soner, K. ve Mine, Ş. (2018). 60 Yaş üstü sosyal medya kullanıcılarının kullanıcı arayüzü deneyimlerinin incelenmesine yönelik bir araştırma çalışması. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 8(2), 226-248.
- Becer, E. (2011). *İletişim ve grafik tasarım* (8. Basım). Ankara: Dost kitabevi
- Bozlağan, R. (2002). Sürdürülebilir gelişme düşüncesine giriş. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 11(1), 56-72.
- Bozlağan, R. (2005). Sürdürülebilir gelişme düşüncesinin tarihsel arka planı. *Journal of Social Policy Conferences* (50), 1011-1028.
- Bridges, C. M., & Wilhelm, W. B. (2008). Going beyond green: The “why and how” of integrating sustainability into the marketing curriculum. *Journal of Marketing Education*, 30(1), 33-46.
- Çeken, B. ve Delil, S. (2021). Arayüzlerde hacim ilhamı: Yaratıcı UI tasarım konseptlerinde 3 boyutlu grafikler. *Dünya İnsan Bilimleri Dergisi*, 2021(2), 68-83.

- Danciu, V. (2013). The contribution of sustainable marketing to sustainable development. *Management & Marketing*, 8(2), 385-399.
- Dikener, O. (2011). İnternet reklamcılığında web sitesi tasarımının önemi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2(1), 152-166.
- Evren, F. B. (2016). Grafik arayüzlerin tasarım ve kullanılabilirlik açısından incelenmesi: Android ve ios. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 6(4), 400 – 418.
- Free Runner Art Direction. (2022, 02 October). Retrieved from: <https://dribbble.com/shots/5088205-Free-Runner-Art-Direction/attachments/1127599>.
- Galitz, W. O. (2007). *The essential guide to user interface design: an introduction to gui design principles and techniques* (3rd Ed.). Indiana: Wiley Publishing Inc.
- Golden Ratio. Bring Balance in UI Design. (2023, 10 July). Retrieved from <https://uxplanet.org/golden-ratio-bring-balance-in-ui-design-765c954f0ff9>.
- Goodland, R. (1995). The concept of environmental sustainability. *Annual review of ecology and systematics*, 26(1), 1-24.
- Güler, G. E. (2009). Otel işletmelerinde değer yaratma ve müşteri değeri algılaması üzerine bir araştırma: Edirne'deki oteller örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(1), 61-76.
- Harris J.M.(2009). Encyclopedia of life support systems. In K.S. Bawa & R. Seidler (Eds.), *Dimensions of Sustainable Development*, (s. 1-20). United Kingdom: Eolss Publishers Co. Ltd.
- Hayta, A. (2009). Sürdürülebilir tüketim davranışının kazanılmasında tüketici eğitiminin rolü. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 143-151.
- Hekimci, F. (2015). Sürdürülebilir yerel kalkınma ve yavaş şehirler. *Verimlilik Dergisi*. (4), 77-112.
- Hekimci, F. (2018). *Sürdürülebilirliğin Tüketim Boyutu* (1. Basım). Ankara: T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı.

- How to Create an Airbnb Clone Website with WordPress. (2022, 02 October). Retrieved from: <https://helpiewp.com/airbnb-clone/>.
- Jastrzębska, E. (2011). Wprowadzenie do koncepcji CSR i zrównoważonego rozwoju, in: J. Reichel (Ed.), *Jak uczyć o społecznej odpowiedzialności i zrównoważonym rozwoju*. Przewodnik dla nauczycieli, (pp. 9-23). Warszaw: Forum Odpowiedzialnego Biznesu.
- Karalar, R., & Kiracı, H. (2011). Çevresel sorunlara karşı bir çözüm önerisi olarak sürdürülebilir tüketim düşüncesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30), 63-76.
- Kaya, E. Ö. (2010). Sürdürülebilir kalkınma sürecinde bankaların rolü ve Türkiye’de sürdürülebilir bankacılık uygulamaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 75-94.
- Keş, Y. (2009). *Elektronik yayıncılık ve web tasarım* (1. Basım). İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Kirchgeorg, M. & Winn, M. I. (2006). “Sustainability marketing for the poorest of the poor, *Business Strategy and the Environment*, 15(3), 171-184.
- Koçak, F., Tuncel, F. ve Tuncel, S. (2013). Sporda sürdürülebilirliğin boyutlarının belirlenmesi. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 11(2), 113-129.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Pazarlama ilkeleri* (1. Basım). (A. E. Gegez, Çev.). İstanbul: Beta basım yayın ve dağıtım.
- Kumar, V., Rahman, Z., Kazmi, A. A., & Goyal, P. (2012). Evolution of sustainability as marketing strategy: Beginning of new era. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (37), 482-489.
- Learn About Sustainability. (2022, 14 November). Revied form: <https://www.epa.gov/sustainability/learn-about-sustainability>.
- Littig, B. & Griessler, E. (2005). Social sustainability: A catchword between political pragmatism and social theory. *International Journal of Sustainable Development*. 8(1/2), 65-79.
- Łukasiewicz-Kamińska, A. (2015). Sustainable city marketing: a modern management model. *Marketing i Zarządzanie*, (40), 33-42.

- McKenzie, S. (2004). *Social Sustainability: Towards some definitions*. Australia: Hawke Research Institute University of South Australia.
- Moldan, B., Janousková, S. & Hak, T. (2012). How to understand and measure environmental sustainability: Indicators and targets, *Ecological Indicators*, (17), 4-13.
- OECD. (2002). *Towards sustainable household consumption? Trends and policies in oecd countries* (1. Basım). Paris: OECD.
- Özbakır, M., & Velioğlu, M. N. (2010). Pazarlamaya sürdürülebilirlik çerçevesinden bakış ve bir örnek olay analizi. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 71-98.
- Öztürk, A. (2009). *Pazarlama ilkeleri* (1.Basım). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Pickett-Baker, J., & Ozaki, R. (2008). Pro-environmental products: marketing influence on consumer purchase decision. *Journal of Consumer Marketing*, 25(5), 281-293.
- Responsive vs Adaptive Web Design For UI/UX. (2022, 04 October). Retrieved from: <https://www.architech.ca/articles/responsive-vs-adaptive-web-design-for-ui-ux>.
- Reutlinger, J. (2012). *Sustainable marketing: The importance of being a sustainable business*. [Unpublished license thesis], Lahti Universtiy of Applied Sciences, Finland.
- Sakman, S. (2017). Arayüz tasarımları için prototip kullanımı. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (20) , 225-237.
- Saraç, B. ve Alptekin, N. (2017). Türkiye’de illerin sürdürülebilir kalkınma göstergelerine göre değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(1), 19-49.
- Sargın, S. (2023). *The Essentials of today’s marketing* (1. Basım). İçinde İ.E. Tarakçı ve R. Aslan (Eds.), Sustainable marketing (s. 233-251). İstanbul: Efe akdemi.
- Seretny, M., & Seretny, A. (2012). Sustainable marketing-a new era in the responsible marketing development. *Foundations of Management*, 4(2), 63-76.
- Seyfang, G. (2006). Sustainable consumption, the new economics and community currencies: Developing new institutions for environmental governance. *Regional Studies*, 40(7), 781-791.

- Sipahi, G. A., & Barut, Y. (2018, 7-8 Eylül). *İşletmelerin yenilikçilik ve pazarlama yeniliği uygulamaları: lojistik sektörü üzerine bir inceleme*. İçinde A. Karakaş ve C. İyem (Eds.). IV. International caucasus-central asia foreign trade and logistics congress, (ss. 1300-1311). Erişim adresi: https://ulk.ist/media/kitap/IV-UKODTLK/isletmelerin-yenilikcilik-ve-pazarlama-yeniligi-uygulamaları-lojistik-s_kX8ojqD.pdf.
- Sustainable marketing strategies - how to go about a green marketing strategy, (2019, 21 June). Retrieved from: <https://marketing-insider.eu/sustainable-marketing-strategies/>.
- Sustainable marketing – strategy, importance and principles, (2021, 11 February). Retrieved from: <https://www.marketing91.com/sustainable-marketing/>
- Şahin, İ., ve Kutlu, S. Z. (2014). Cittaslow: sürdürülebilir kalkınma ekseninde bir değerlendirme. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(1), 55-63.
- Şen, H., Kaya, A., ve Alpaslan, B. (2018). Sürdürülebilirlik üzerine tarihsel ve güncel bir perspektif. *Ekonomik Yaklaşım*, 29(107), 1-47.
- Tak, B. (2002). Kamu kuruluşlarında müşteri odaklı yönetim anlayışına geçiş aracı olarak vatandaş tatmin araştırmaları ve Bursa halkına yönelik görgül bir çalışma. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(2), 143-159.
- The 3R Initiative. (2007, 4 November). Retrieved from: <https://www.env.go.jp/recycle/3r/en/outline.html>.
- Tıraş, H. H. (2012). Sürdürülebilir kalkınma ve çevre: Teorik bir inceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 57-73.
- Top 7 SEO Benefits Of Responsive Web Design. (2023, 10 July). Retrieved from: <https://www.searchenginejournal.com/seo-responsive-web-design-benefits/211264/>.
- Topcu, Y. (2012, 5-7 Eylül). *Toplumsal pazarlama yaklaşımı ile kırsal kalkınmada yerel ürünlerin etkileri: Erzurum Civil Peyniri örneği*. İçinde C. Oğuz. Z. Bayramoğlu ve Z. Karakayacı (Eds.).10. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, (s. 916-925). Kömen Dijital. Erişim adresi: <https://docplayer.biz.tr/48218268-Toplumsal->

pazarlama-yaklasimi-ile-kirsal-kalkinmada-yerel-urunlerin-etkileri-erzurum-civil-peyniri-orneg-i.html.

Triple bottom line. (2009, 17 November). Retrieved from: <https://www.economist.com/news/2009/11/17/triple-bottom-line>.

User Experince: Best Practices on Effective Viusal Hierarchy. (2022, 04 October). Retrieved from: <https://design4users.com/best-practices-on-visual-hierarchy/>.

Quoquab, F., & Mohammad, J. (2016). Environment dominant logic: Concerning for achieving the sustainability marketing. *Procedia Economics and Finance*, (37), 234-238.

Xerox 8010 Star Information System. (2023, 09 July). Retrieved from: https://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah_1064205.

5 Ways to Boost Contrast in Your Web Design. (2022, 05 October). Retrieved from: <https://designshack.net/articles/graphics/5-ways-to-boost-contrast-in-your-web-design/>.

DİZİN

-A-

Açıklık, ix, xi, 24, 25, 26
 Arayüz, viii, v, xi, 1, 20, 21, 22, 23, 24,
 25, 26, 27, 28, 29, 68, 73

-B-

Bütünlük, ix, xi, 24, 29

-Ç-

Çevresel boyut, 8

-D-

Denge, ix, xi, 24, 26

-E-

Ekonomik boyut, 9

-S-

SUSIVERSE, vii, ix, x, xi, xii, 2, 3, 31,
 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41,
 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51,
 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61,
 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68
 Sürdürülebilir pazarlama, 1, 12, 13, 14,
 15, 16
 Sürdürülebilir tüketim, 1, 9, 10, 18, 67,
 71
 Sürdürülebilirlik, v, x, 1, 5, 6, 13, 15,
 73, 74

-V-

Vurgu, ix, xi, 24, 27, 28

-Y-

Yalnlık, ix, xi, 24, 25