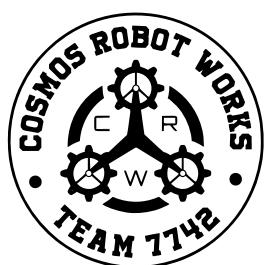


Tam kapsamlı PR rehberi



PR PLAYBOOK: FRC EDITION

Cosmos Robot Works



İÇİNDEKİLER

FRC Nedir?

FIRST Temel Değerleri

FRC'de Alınabilecek Ödüller

Kickoff Nedir?

- **Kickoff'u Kim Organize Eder?**
- **Kickoff'ta Neler Olur?**
- **Kickoff'a Gidince Neler Yapılır?**

Regional Atmosferi

Pit Alanı Nedir?

Pit Kuralları

PR Nedir?

- **PR'in FRC İçindeki Gerçek Rolü**
- **Neden PR Bir Takımın Kalbidir?**

Yarışma Anında PR Görev Dağılımı

Beceri Analiz Testi

Proje Geliştirme Rehberi

- **Bir Projenin Kriterleri**



Yeni Proje Fikri Nasıl Bulunur?

- **Yeni Fikir Bulalım**

Regional Öncesi PR

Impact Essay Nasıl Yazılır?

Impact Sunumu

Impact Video Nasıl Hazırlanır?

FRC'de Hibe Başvuruları Nasıl Yapılır?

Sponsorluk Nedir?

Sosyal Medya Yönetimi

- **Sosyal Medya Ekibindeki Bir Kişinin Yapması Gerekenler**

Önemli Kavramlar

FIRST Academy Tanıtım

FRC Nedir?

FRC (FIRST Robotics Competition), lise öğrencilerinin endüstri standartlarında robot tasarlayıp ürettiği, mühendislik, takım çalışması ve inovasyon odaklı uluslararası bir yarışmadır. Ancak FRC, yalnızca robotik bir yarışmadan çok daha fazlasıdır. Yarışmanın önemli bir bölümü; **topluluk etkisi, sürdürülebilir projeler geliştirme, iletişim becerileri, marka yönetimi ve sponsorluk iş birlikleri** gibi PR (Public Relations) odaklı çalışmalara dayanır.

FRC'de PR; takımın hikayesini anlatmasını, **topluma fayda sağlamasını**, projelerini görünürlüğünü ve takım kimliğini profesyonel bir şekilde dünyaya sunmasını sağlar. Bu nedenle PR, robot kadar önemli bir alandır ve takımların uzun vadeli başarısında kritik bir rol oynar.

Öne çıkan özellikler:

- 6 haftalık yoğun robot yapım süreci
- Gerçek mühendislik süreçleri
- Dünya çapında turnuvalar
- Takım ruhu, STEM ve topluluk hizmeti
- PR çalışmaları ile sürdürülebilir bir etki oluşturma

FIRST Temel Değerleri



FIRST Temel Değerleri, arkadaşa sportmenlik, başkalarının katkılarına saygı, ekip çalışması, öğrenme ve topluluk katılımını vurgular ve eşitlik, çeşitlilik ve kapsayıcılık kültürünü teşvik etme, geliştirme ve koruma taahhüdümüzün bir parçasıdır. FIRST Topluluk, Temel Değerlerimiz aracılığıyla **Gracious Professionalism®** ve **Coopertition®**'nın FIRST felsefelerini ifade eder.

PR PLAYBOOK: FRC EDITION

FRC'de Alınabilecek Ödüller

FRC, sadece robot performansına değil; inovasyon, topluluk etkisi, güvenlik, tasarım, PR, sponsorluk ve takım kültürüne de ödüller verir.

Başlıca Ödüller:

Autonomous Award (Ford Sponsorluğunda)

• Otonom modda (sürücüsüz çalışan robot evresinde) en yaratıcı, istikrarlı ve yüksek performans gösteren kontrol sistemi ve otonom stratejilerine verilen ödül.

FIRST Impact Award (Eski adı: Chairman's)

• FIRST'in en prestijli ödülü.

Takımın **uzun yıllar boyunca** toplulukta oluşturduğu etki, STEM yaygınlaştırması, sürdürülebilirlik vizyonu ve kültürel liderliğine verilir.

Robot başarısıyla ilgili değildir ancak sahaya çıkan bir robota ihtiyacınız olacaktır:)



Creativity Award (Rockwell Automation Sponsorluğunda)

• Robotun tasarımında kullanılan yaratıcı, özgün ve benzersiz mühendislik çözümleri için verilir.

"Bunu nasıl düşündünüz?" dedirten mekanizmalara gider.

Digital Animation Award (AutomationDirect Sponsorluğunda)

• Takımların sezon temasına uygun olarak hazırladığı en iyi dijital animasyon çalışmasına verilir.

Engineering Inspiration Award

• STEM kültürünü toplumda yayma, mühendisliği teşvik etme ve ilham oluşturma konusunda etkili projelere verilir.

Impact Award'ın bir alt kategorisi sayılır.

Team Sustainability Award (Dow Sponsorluğunda)

• Takımın organizasyon yapısı, finansal sürdürülebilirliği, mentor–öğrenci yapısı ve uzun vadeli planlama başarısına verilir.

PR PLAYBOOK: FRC EDITION

Excellence in Engineering Award

- Robotun genel tasarımında gösterilen üst düzey mühendislik mükemmeliyeti, sistem entegrasyonu ve verimliliğe verilir.

Finalist

- Yarışmada ikinci olan ittifak.

Playoff finalinde kaybeden ama çok başarılı performans gösteren takımlar.

FIRST Dean's List Award

- Bireysel öğrenci ödülü.

Takımdan seçilen öğrenciler liderlik, teknik beceri, etki ve ilham verme yönleriyle değerlendirilir.

FRC'nin en değerli bireysel öğrenci ödülüdür

Founder's Award

- * FIRST'in kurucusu Dean Kamen tarafından verilen, FIRST misyonuna en çok katkı sağlamış organizasyon, mentor, sponsor veya kişiye verilen özel ödül.

Gracious Professionalism® Award

- * Takımların sezonlar ve yarışma boyunca gösterdiği saygı, **yardımseverlik**, sportmenlik ve profesyonellik davranışlarına verilir.

Imagery Award (Jack Kamen Onuruna)

- * Takımın görsel kimliği:
 - * Takım renkleri
 - * Kostüm
 - * Pit tasarımı
 - * Robotun görsel uyumu
 - * Logo & marka
- konularında en estetik görülen tasarıma verilir.



PR PLAYBOOK: FRC EDITION

Judges' Award

- * Hakemlerin standart ödüllere sağlamayan, özel bir özelliği, hikayesi veya çözümü nedeniyle özel olarak ödüllendirdiği takımlara verilir.

Quality Award

- * Robotun işçiliği, mekanik kalitesi, kablolama düzeni, sağlamlığı ve güvenilir çalışması için verilir.

"Bu robot hem temiz hem mükemmel yapılmış" ödülü diyebiliriz.

Rookie All-Star Award

- * İlk yılındaki takımların en güçlü organizasyon, teknik başarı, takım kültürü ve gelecek potansiyeli göstermesi halinde verilir.

Rookie takımlar için en büyük ödüldür.

Rising All-Star Award

- * İlk yılındaki ama Rookie All-Star kadar kapsamlı kriterleri karşılamasa da yüksek potansiyeli ve başarılı performansı olan Rookie takımlara verilir.

Safety Animation Award (UL Sponsorluğunda)

- * Güvenlik kültürünü anlatan sezonluk animasyonu en iyi hazırlayan takıma verilir.

Team Spirit Award

- * Takım ruhu, tribün enerjisi, dayanışma, kostüm ve destek kültürüne verilir. Yarışmanın "coşku ve enerji" ödülü.

Industrial Design Award (General Motors Sponsorluğunda)

- * Robotun endüstriyel mantığa uygun, verimli, sağlam, fonksiyonel ve gerçek mühendislik ürünü gibi tasarılanmasına verilir.

Innovation in Control Award

- * Kontrol algoritmaları, sensör kullanımı, sürüsüz teknolojisi ve yazılım yenilikleri için verilir.

Otonom + sürücü kontrolünün beraberce başarısı önemlidir.

Bu ödüllerin her birini kazanmak için FIRST temel değerlerine, takım içi ve dışı iletişimlerimize çok dikkat etmeliyiz

Kickoff Nedir?

Kickoff, her FRC sezonunun resmen başladığı etkinliktir. Dünya genelinde aynı gün gerçekleşir ve tüm takımlar **yeni sezonun oyun temasını, kurallarını ve görevlerini** bu etkinlikte öğrenir.

Kickoff'u Kim Organize Eder?

Uluslararası düzeyde FIRST organize eder ancak yerel etkinliklerde ülkeydeki veya bölgedeki resmi FRC takımları ve organizatörleri tarafından düzenlenir. Farklı yerlerde düzenlenen pek çok Kickoff organizasyonu vardır, sizler de takım olarak düzenleyebilir veya seçtiğiniz birine katılım sağlayabilirsiniz.

Kickoff'ta Neler Olur?

- Yeni sezonun resmi oyun videosu ilk kez yayınlanır.
- Tüm robot kuralları, oyun alanı düzeni ve puanlama sistemi açıklanır.
- Takımlar sezona hazırlanmak için kuralları incelemeye ve strateji oluşturmaya başlar.
- Bazı Kickoff merkezlerinde takım temsilcilerine Kit of Parts (KOP) teslim edilir.

Kickoff'a Gidince Neler Yapılır?

- Takım olarak oyun açıklamasını dikkatle izlersiniz.
- Kuralları anlamak için hemen bir değerlendirme toplantısı yapılır.
- İlk gün genelde şu sorulara cevap aranır:
 - Robot ne yapmalı?
 - Oyun stratejisi nasıl olmalı?
 - Bu sezonki zorluklar neler?
- Etkinlik sonrası takım genelde okula veya mekânına döner ve **beyin fırtınası oturumuna** geçer.

PR ekibide takımın tümü gibi oyun kurallarını, puanlama sistemi gibi konulara hakim olmalıdır. Bunun yanı sıra diğer takımlar ile projeler hakkında fikir alış verisi ve iş birlikleri yapmak için harekete geçebilirsiniz!



Kickoff
Kiti

05

Regional Atmosferi

Bir FRC Regional etkinliği, yüksek enerji, **takım ruhu ve profesyonel mühendislik kültürünün** buluştuğu bir ortamdır. Binlerce öğrencinin, mentorun ve gönüllünün bir araya geldiği bu etkinlikte:

- Takımlar robotlarını maçlara hazırlar.
- Hakemler ve jüri ekipleri takımları ziyaret eder.
- PR ve medya ekipleri içerik toplar.
- Tribünler sürekli destek, müzik ve heyecanla doludur.



Pit Alanı Nedir?

Pit Alanı, takımların robotlarını hazırladığı, bakım yaptığı, sahneye çıkmadan önce son kontrolleri gerçekleştirdiği çalışma alanıdır. Aynı zamanda **jüri üyelerinin takımları ziyaret ettiği** yerdir. Bu nedenle pit hem teknik hem de PR açısından kritik bir bölgedir.



Pit Kuralları

- HERKES güvenlik gözlüğü takmak zorundadır.
- Yiyecek-içecek pit içinde bulunmaz.
- **Jüri ziyaretleri sırasında tüm ekip üyeleri hazır olmalıdır.**
- Pitte her zaman **en az bir PR üyesi** bulunmalıdır.
- PR ekibi için üç günlük dönüşümlü **görev planı** hazırlanmalı ve herkes kendi saatlerini bilmelidir.
- **Tüm PR üyeleri pit sunumuna aktif olarak hazırlanmalı; takımın hikâyesi, misyonu, sosyal sorumluluk projeleri ve sezon hedefleri konusunda hâkim olmalıdır.**
- PR görevlileri yalnızca iletişim değil, **robotun teknik özelliklerini de temel seviyede bilerek** ziyaretçilere doğru bilgi verebilmelidir.
- Pit alanı düzenli, güvenli ve profesyonel görünümlidir; ziyaretçilerle etkili bir iletişim kurulmalıdır.,

PR NEDİR?

PR (Public Relations – Halkla İlişkiler), bir FRC takımının dış dünyayla kurduğu tüm iletişim profesyonel şekilde yönetilmesidir. Ancak FRC'de PR, yalnızca tanıtım yapmaktan ibaret değildir; **takımın kalbi, sesi ve toplumsal etkisini yaratan merkezdir.**

PR'in FRC İçindeki Gerçek Rolü

Takımın Kimliğini Oluşturur: Misyon, vizyon, değerler ve takım kültürü PR tarafından şekillendirilir.

Toplumsal Etki Yaratır: Sosyal sorumluluk projeleri geliştirir, yürütür ve topluma dokunan etkinliklerin sürdürülebilir olmasını sağlar.

Takımı Dünyaya Anlatır: Medya, juri, sponsorlar ve ziyaretçilerle yapılan tüm iletişimini organize eder.

Sponsorluk Ağını Büyütür: Destekçilerle doğru iletişim kurar, raporlama yapar ve yeni iş birlikleri oluşturur.

Profesyonel Sunum Hazırlar: Pit sunumları, juri ziyaretleri, etkinlik konuşmaları ve raporlamalarda takımı temsil eder.

Takımın Hikâyesini Yazıyla Dökerek Geleceğe Taşır: Sezon raporları, medya içerikleri, paylaşımlar ve dergiler PR ekibinin üretimleridir.

Takım İçi Bağları Güçlendirir: Başarıların kutlanması, motivasyon etkinlikleri ve takım içi iletişim PR'in görünmeyen ama kritik görevidir.

PR Ekibinin Görevleri

1. Sosyal medya yönetimi
2. Fotoğraf/video çekimi
3. Broşür, afiş, tasarılmış ve medya içerikleri üretimi
4. **Proje geliştirme ve proje yönetimi**
5. Sunum hazırlığı ve sunum pratiği
6. Pit alanında ziyaretçilerle etkili iletişim kurma

Neden PR Bir Takımın Kalbidir?

Çünkü robot ne kadar iyi olursa olsun, o robotun arkasındaki hikâyeyi, emeği, toplumsal katkıyı ve takım kültürünü duyuran PR'dir. **Güçlü bir PR, takımın görünürlüğünü artırır, sürdürülebilir destek sağlar ve takımın etkisini yarışma sahalarının çok ötesine taşıır.**



Yarışma Anında PR Görev Dağılımı

Fotoğraf/Video Ekibi: Maçlar, tribün, pit ve ödül anlarını düzenli olarak belgelemelidir. Sosyal medya için çekilecek içeriklerin hazırlığını yapıp gerekli çekimleri yapmalıdır.

Tribün Ekibi: Takım bayrakları, tezahürat ve **takım ruhu** için tribünün boş kalmaması sağlanmalıdır.

Pit Ekibi: Üç günlük dönüşümlü plan doğrultusunda **pitte en az bir PR üyesi** sürekli bulunmalıdır.

Sunum Ekibi: **Jüri ziyaretleri** için hazırlıklı olmalı; proje, robot ve takım hikâyesini anlatmaya hazır beklemelidir.

Scouting Ekibi: FRC takımlarına belli sorular sormalı, tanışmalı, performanslarını toplamalı ve stratejik veri sağlamalıdır.

Görev Kontrol Sorumlusu (Tavsiye): Her ekibin kendi görevini doğru anda yapıp yapmadığını kontrol eden, koordinasyonu sağlayan bir kişi görevlendirilebilir. Bu kişi yarışma boyunca akışın sahilini ilerlemesini sağlar.

Beceri Analiz Testi

Bu kısa test, yeni PR üyelerinin kendi güçlü yönlerini keşfedip PR ekibi içinde hangi görevde daha verimli çalışacağını anaması için hazırlanmıştır. Her soruda A / B / C arasında bir seçim yap. Testin sonunda hangi harften kaç tane işaretlediğine göre sonuç bölümüne bak!

1. Bir proje anlatırken en çok neye önem verirsin?

- A: Görsellik, tasarım, sunumun estetik görünmesi.
B: İnsanlarla iletişim kurmak, projeyi heyecanla anlatmak.
C: Projenin detayını, düzenini ve planını net aktarmak.

2. Bir etkinlikte kendini nerede daha rahat hissedersin?

- A: Fotoğraf/video çekimlerinde veya tasarım yaparken.
B: İnsanlarla konuşup takımımızı tanıtırken.
C: Arka planda düzeni sağlayan, not alan, organize eden kişi olurum.

3. Bir problem çıktığında ilk tepkin nedir?

- A: "Bunu görsel olarak nasıl daha iyi hale getiririz?"
B: "Hemen iletişim kurup çözüm bulabiliriz!"
C: "Planı gözden geçiriyim, nerde hata var?"

En Çok C İşaretlediysen: PLANLAMA & RAPORLAMA EKİBİ

PR içinde ideal görevlerin:

- Proje planlaması
- Etki raporları yazma
- Sponsor dosyaları
- Takvim ve görev organizasyonu

4. Sosyal medyayla aran nasıldır?

- A: Estetikle ilgili güçlü gözüm vardır.
B: Kamera karşısında rahatım, açıklama yapmayı severim.
C: Planlama ve analiz kısmını daha çok severim.

5. Bir sunum hazırlarken hangi rolü alırsın?

- A: Tasarım kısmı: posterler, slaytlar, görseller.
B: Sunum yapan kişi veya konuşmacı.
C: Sunumun içeriğini organize eden, veri toplayan.

En Çok A İşaretlediysen: MEDYA & TASARIM EKİBİ

PR içinde ideal görevlerin:

- Fotoğraf/video çekimleri
- Sosyal medya görsel içerik üretimi
- Poster, dergi, banner, sunum tasarımları

En Çok B İşaretlediysen: TANITIM & İLETİŞİM EKİBİ

PR içinde ideal görevlerin:

- Pit sunumları
- Jüri iletişimini
- Sponsor görüşmeleri
- Takım tanıtımı, etkinlik anlatımı

Proje Geliştirme Rehberi

Bu bölüm, bir PR üyesinin sıfırdan profesyonel ve etkisi yüksek bir proje geliştirebilmesi için hazırlanmış en kapsamlı rehberdir. **FRC'de projeler yalnızca bir etkinlik değildir; takımın kültürünü, vizyonunu ve topluma katkısını temsil eder.**

Bir Projenin Kriterleri

✓ 1. Toplumsal Bir Problemi Çözmesi

Proje, toplumda fark edilen somut bir ihtiyaca çözüm üretmelidir.

✓ 2. Sürdürülebilir Olması

Sezon bittiğinde yok olmamalı; sizden sonra takımınızın sezonlar boyunca devam ettirebileceği, geliştirebileceği veya yaygınlaştırabileceği projeler olmalıdır.

✓ 3. Ölçülebilir Etki Sunması

Kaç kişiye ulaştı? Ne değişti? Etkisi sayılarla, örneklerle gösterilebilmelidir. Bu kısımda **hedef kitle çok önemlidir**. Öncelikli olarak her zaman **dezavantajlı** kesimlere ulaşmak hedefimiz olmalı. Örneğin: özel gereksinimli bireyler, afet bölgeleri, eğitimde fırsat eşitsizliği mağdurları...

✓ 4. Erişilebilir ve Uygulanabilir Olması

Basit, anlaşılır ve uygulanabilir bir sistem sunmalıdır.

✓ 5. FRC ve FIRST Değerleriyle Uyumlu Olması

Kapsayıcılık, ilham verme, yenilikçilik ve iş birliği kültürünü taşımalıdır.

✓ 6. Özgün Bir Yön Taşımı

Daha önce yapılmamış olabilir veya yapılan bir projeyi çok daha etkili hale getiriyor olabilir.

Gerçek bir FRC projesi yalnızca sosyal etki üretmez; aynı zamanda **STEM ve mühendisliği toplumda yaymayı, bu alanlara erişimi artırmayı** ve yeni nesillere ilham vermeyi hedeflemelidir.

Bir proje yaparken **resmi kurum veya derneklerle** çalışmak toplumsal yararı her zaman daha etkili kılar.

Yeni Proje Fikri Nasıl Bulunur?

1. Sorunu Gözlemle

- Çevrede ne eksik?
- Kim hangi zorluğu yaşıyor?
- Eğitimde, STEM'de, erişimde, çevrede bir boşluk var mı?

Sorun → Fırsat → Proje

2. Beyin Fırtınası Yap

Takım olarak toplanıp kısa sürede çok fikir üretme yöntemi.

- Kimse kimseyi eleştirmez.
- Amaç fikir biriktirmektir.
- Sonra eleme yapılır.

3. Araştırma Yap

- Dünyada bu konuda neler yapılmış?
- Başka takımlar nasıl projeler yürütüyor?
- Projeni farklı veya daha erişilebilir neler yapabilirsin?

4. Hedef Kitleni Belirle

Projen kimlere hizmet edecek?

- Çocuklar
- Öğretmenler
- Özel gereksinimli bireyler
- Köy okulları
- STEM'e erişimi olmayan topluluklar



5. Kaynak Analizi Yap

Gerçekçi ol:

- Ekibinizin zamanı ne kadar?
- Bütçeniz uygun mu?
- Ekipte gerekli yetkinlik var mı?
- Proje uzun vadede sürdürülebilir mi?

Fikir Bulduktan Sonra İzlenecek Yol Haritası

1. Proje Planı Oluştur

- Projenin amacı
- Hedef kitlesi
- Uygulama takvimi
- Görev dağılımı
- Beklenen sonuçlar
- Ölçüm yöntemleri

2. Pilot Uygulama Yap

Önce küçük bir deneme.

- İşliyor mu?
- Hedef kitleden gelen geri bildirim ne?
- Neresi geliştirilmeli?

3. Projeyi Yaygınlaştır

- Okullar, kurumlar, belediyeler, STK'lar ile iletişime geç.
- Etkinliği büyüt.
- Daha fazla kişiye ulaş.

4. Belgeleyin ve Arşivleyin

Her şey kayıt altına alınmalıdır:

- Fotoğraflar
- Videolar
- Katılımcı sayıları
- Etki raporu
- Sosyal medya içerikleri

5. Sürdürülebilirlik Planı

- Proje siz olmadan da devam edebilmeli.
- Başka şeirlere/okullara kolayca taşınabilmeli.

6. Jüri ve Pit Sunumu Hazırlığı

Hazırlayın:

- Net bir proje özeti
- Gerçek etki örnekleri
- Sayısal veriler
- Projenin geleceğe etkisi

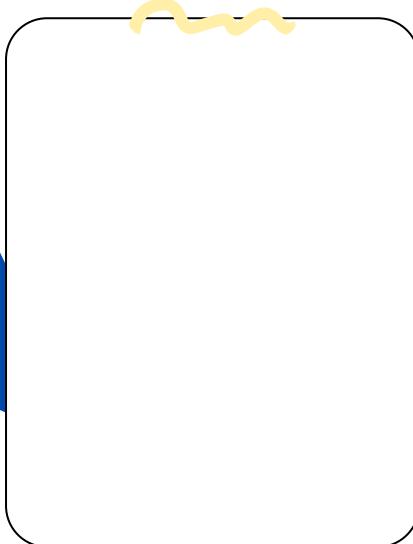
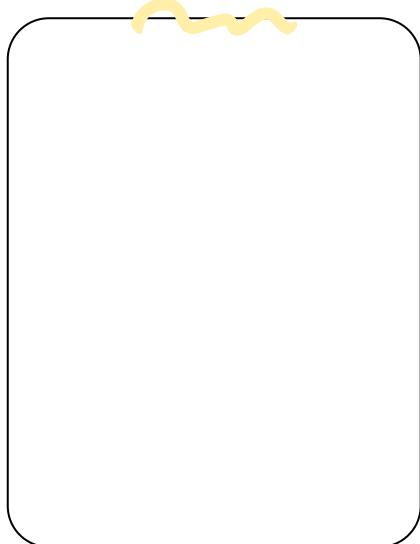
PR PLAYBOOK: FRC EDITION

Yeni Fikir Bulalım

Problemler

Amaçlar

Çözümler



Zihin Haritası

Not 1

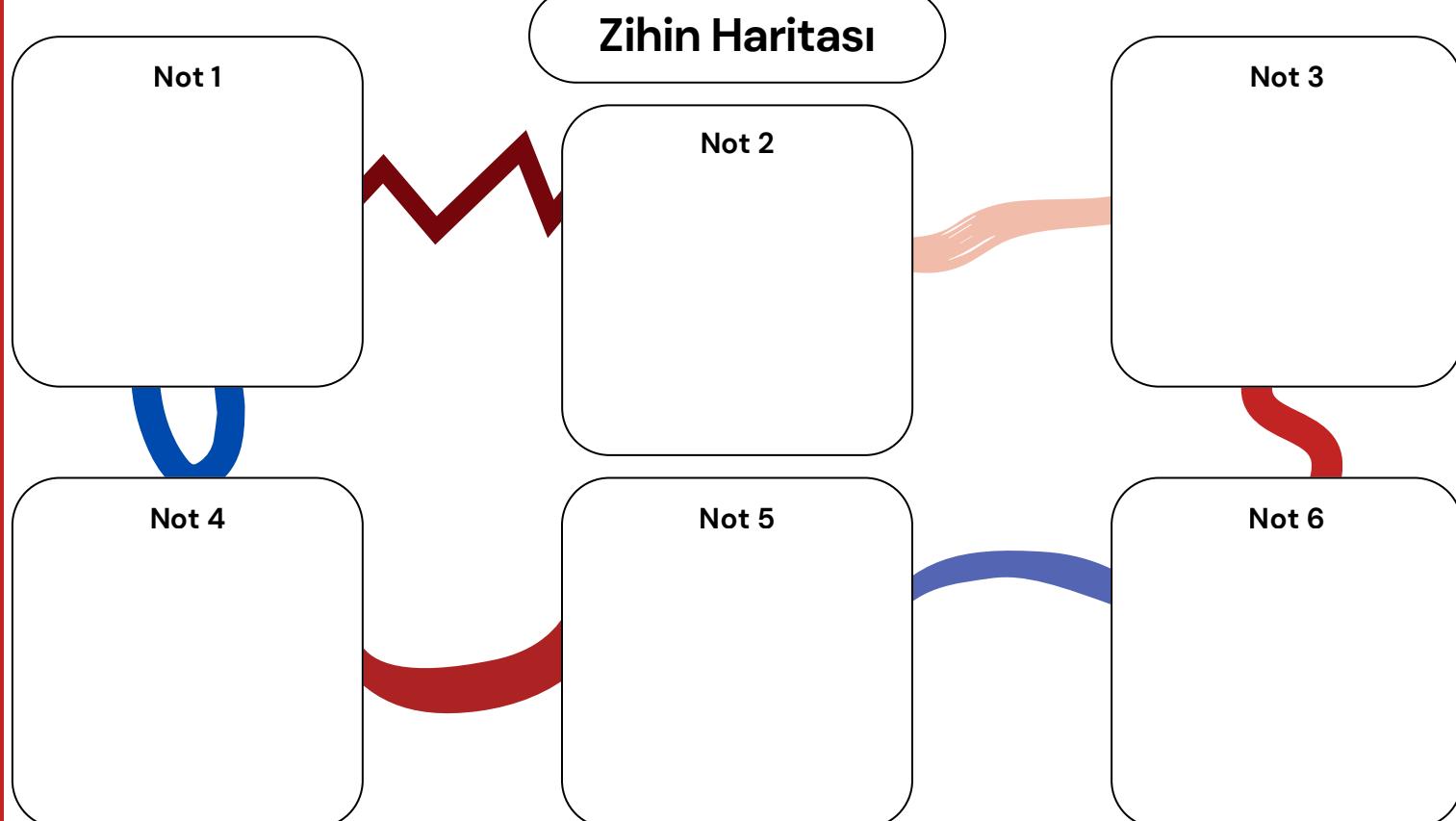
Not 2

Not 3

Not 4

Not 5

Not 6



Regional Öncesi PR

Regional süreci, PR ekibinin tüm sezon boyunca yürüttüğü çalışmaların vitrini niteliğindedir. Bu dönem, takımın hem toplumsal projelerini hem de teknik gelişimini en etkili şekilde sunması gereken kritik bir aşamadır. Regional öncesinde PR ekibi, projelerin arşivinden sunumlara, pit üzerinden sosyal medya yönetimine kadar birçok alanda yoğun ve planlı bir hazırlık süreci yürütmelidir.

Regional öncesi hazırlıkların ilk adımı, takımın tüm projelerinin detaylı biçimde gözden geçirilmesi ve belgelenmesidir. **Her proje için etkiler, ulaşılan kişi sayıları, fotoğraflar, geri bildirimler ve sürdürülebilirlik adımları eksiksiz bir şekilde toplanmalıdır.** Bu bilgiler hem pit sunumunda hem de jüri görüşmelerinde PR ekibinin en önemli gücünü oluşturur. Aynı zamanda, tüm PR üyelerinin projeleri aynı bütünlükte anlatabilmesi için kısa, net ve **ezberlemeye değil anlamaya dayalı** ortak sunum cümleleri hazırlanmalıdır.

Pit alanı için hazırlıklar da bu dönemde tamamlanmalıdır. Pit, takımın mühendislik kültürünü, robotun yapım sürecini ve projelerini yansitan en önemli fiziksel alandır. Burada her zaman iki PR üyesi bulunmalı ve bu görev dağılımı üç günlük yarışma süresi boyunca dengeli bir çizelgeyle planlanmalıdır. **PR ekibinin robotun temel mekanizmalarını, fonksiyonlarını ve sezon boyunca geçirdiği gelişimi öğrenmesi şarttır;** çünkü jüri çoğu zaman ilk bilgiyi pitte alır ve bu an izlenim açısından çok değerlidir.

Social media da regional öncesi hazırlığın bir diğer parçasıdır. Yarışma sürecinde paylaşılacak içeriklerin akışı önceden belirlenmeli, şablonlar hazırlanmalı ve "Regional Günlüğü" formatı oluşturulmalıdır. **Tribün, scouting, pit ve medya ekiplerinin yarışma sırasında görevleri ayrı ayrı planlanmalı; ayrıca tüm görevlerin doğru anda yürütüldüğünden emin olacak bir kontrol sorumlusu belirlenmelidir.**

Impact Essay Nasıl Yazılır?

Impact Essay, takımın sezon boyunca topluma yaptığı katkıları en profesyonel şekilde anlattığı resmi metindir ve FIRST'ün en prestijli ödülü olan Impact Award'ın omurgasını oluşturur. Bu nedenle yalnızca bir rapor değil; **takımın kimliğini, vizyonunu ve yarattığı değişimi temsil eden güçlü bir hikâye** olarak ele alınmalıdır.

Essay yazımına takımın kimliğini anlatan samimi bir girişle başlanmalıdır. Takımın kuruluş amacı, misyonu, değerleri ve topluma katkı motivasyonu net bir dille ifade edilmelidir. Ardından projelerin anlatımına geçilir. Her proje için sorun, çözüm, uygulama ve etki sıralaması takip edilmeli; özellikle etkilerin ölçülebilir verilerle desteklenmesi sağlanmalıdır. FIRST, proje etkilerini yalnızca anlatmanızı değil, kanıtlamanızı bekler. Bu **yüzden ulaşılan kişi sayıları, yapılan iş birlikleri, geri dönüşler ve projenin sürdürülebilirliği** mutlaka vurgulanmalıdır.

Essay'in devamında takımın **STEM'e katkıları, verdiği eğitimler, erişimi artırmak için yürüttüğü faaliyetler ve özellikle dezavantajlı kesimlerle yaptığı çalışmalar anlatılmalıdır**. Takım içi yapı, mentörlük sistemi, öğrenci liderliği ve topluluklarla kurulan iş birlikleri essay'in önemli bölümlerindendir. Son bölümde ise takımın gelecek hedefleri yer almalı; uzun vadeli projeler ve FIRST değerleriyle kurulan bağ güçlü biçimde ifade edilmelidir.

Impact Sunumu

Impact Sunumu, takımın topluma yaptığı katkıları jüriye yüz yüze aktardığı en kritik bölümüdür. Bir kaç dakikalık sunum ve beş dakikalık soru-cevap olmak üzere toplam sekiz dakika sürer. Bu kısa süre içinde takımın bir yıl boyunca yaptığı tüm çalışmaların özünü etkili, akıcı ve profesyonel bir dille aktarması gereklidir.

Sunumu yapan bir ila üç öğrenci, anlatımı böümlere ayırarak akıcı geçişlerle ilerlemelidir. Açılmış bölümünde takımın kimliği, vizyonu ve neden bu ödülü değer görüldüğü anlatılır. Ardından en güçlü projeler seçilerek hikâye anlatıcılığı ile sunulur: **Sorun → Çözüm → Sonuç**. Bu noktada uzun listelemek yerine en etkili projeleri seçmek daha güçlü bir etki yaratır.

Sunumda **veriler, gerçek örnekler** ve topluma dokunan hikâyeler önemli yer tutar. Jüri, yalnızca projenin büyüklüğünü değil, **topluluğa olan gerçek etkisini ve sürdürilebilirliğini** görmek ister. Sunumun sonunda gelecek hedefleri ve **projelerin uzun vadeli vizyonu** paylaşılır.

Sunumun başarılı olabilmesi için en az 25–30 prova yapılmalı; hem zamanlama hem akış mükemmel hale getirilmelidir. Kamera karşısında denemeler yapmak, mentörlerle soru-cevap provası yapmak güzel sonuçlar doğurabilir.

Impact Video Nasıl Hazırlanır?

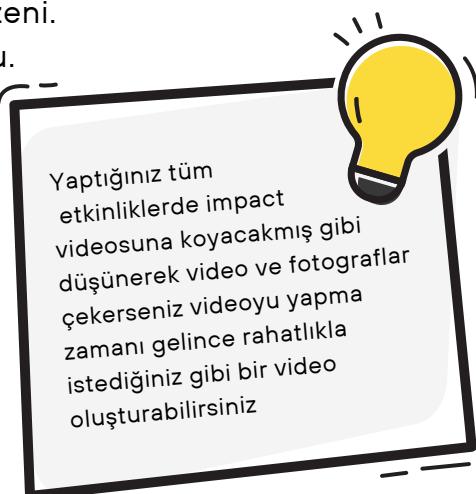
Güçlü Bir Senaryo Yazın

- Giriş: Takımın kimliği, değerleri.
 - Gelişme: En önemli projeler → Sorun – Çözüm – Etki düzeni.
 - Son: STEM'e katkılar, sürdürilebilirlik ve gelecek vizyonu.
- ☞ Her cümle bir etki yaratmalı. Hikâye net ve hızlı akmalı.

Gerçek Görüntüler Kullanın

Videoda kesinlikle olmalı:

- Proje görüntülerı
 - Etkinliklerden kısa kesitler
 - Öğrencilerin eğitim verirken görüntüleri
 - Topluluklarla yapılan çalışmalar
 - Robot, atölye, takım kültürü görüntüleri
- ❤️ Stok video kullanmayın; jüri özgün içerik görmek ister.



Seslendirme (Voice-over)

Ekleyin

Net, duygusal olmayan ama güçlü bir anlatım tonu kullanın. Seslendirme:

- Hızlı ama anlaşılır olmalı,
- Gereksiz süs içermemeli,
- Video ile tamamen senkronize ilerlemelidir.

Eğer istersen bu kısım için profesyonel bir metin de yazabilirim.

Dinamizmi Yüksek Tutun

Jüri videoyu yüzlerce takım arasında izliyor. Bu yüzden:

- Kısa kesitler,
- Enerjik ritim,
- Akıcı geçişler,
- Tutarlı renk paleti kullanılmalı.

Takım Kültürünü Gösterin

FIRST, sadece projeye değil; takım ruhuna ve sürdürülebilir kültüre de bakar.

Videonun içinde olmalı:

- Öğrencilerin çalışırken görüntüleri
- Mentörlük, takım içi iş birliği
- Çeşitlilik ve kapsayıcılık
- STEM'i yaygınlaştırma çabaları



FRC'de Hibe Başvuruları Nasıl Yapılır?

FRC'de hibe başvuruları diğer kurumsal başvurulara benzer şekilde yürütülür ancak projelerin **STEM, erişilebilirlik, sürdürülebilirlik ve toplumsal etki** odaklı olması büyük avantaj sağlar. Başvuru süreci genellikle şu adımlarla ilerler:

- 1.Uygun hibeyi bulun: PR ekibi bu duyuruları düzenli takip etmelidir.
- 2.Başvuru formunu doldurun: Çoğu hibe çevrim içi sistemle yürütür. Proje açıklaması, takım bilgileri ve ihtiyaç duyulan bütçe detaylıca yazılır.
- 3.Ek dosyalar ekleyin: Hibelerin başvuru şartlarında yer alan dosyaların ve görevlerin eksiksiz olmasına dikkat edin. Takım tanıtımı, geçmiş etki raporları, fotoğraflar, varsa başında yer alma örnekleri başvuruya güç katar.
- 4.Değerlendirme sürecini bekleyin: Başvurular genellikle birkaç hafta içerisinde değerlendirilir.
- 5.Sonuçlar açıklandığında iletişim kurun: Hibe alındığında kurum ile düzenli iletişim kurulması isteniyorsa, gelişmeleri raporlamak ve proje ilerleyişini şeffaf aktarmak çok önemlidir.

Hibe açıklandıktan sonra olumlu bir dönüş alırsınız sosyal medya hesaplarınızdan teşekkür etmeyide unutmayın:)



Sponsorluk Nedir?

Sponsorluk, bir kurumun ya da bireyin belirli bir etkinlik, topluluk, takım veya proje için **maddi ya da aynı (ürün, hizmet, ekipman gibi) destek sağlayarak karşılığında görünürlük, marka bilinirliği veya sosyal sorumluluk kazanımı elde ettiği iş birliği** modelidir. FRC gibi büyük organizasyonlarda sponsorluk, takımların hem finansal ihtiyaçlarını karşılamasına hem de şirketlerin STEM, inovasyon ve gençlik projelerine katkı sunarak toplumsal etki yaratmasına olanak tanır. Sponsorluk bir "başlık" değil, **iki tarafın da kazanım sağladığı** karşılıklı bir anlaşmadır; takım, sponsora logolama, sosyal medya görünürlüğü, etkinliklerde tanıtım, teşekkür videoları gibi karşılıklar sunarken sponsor da takımın başarı hikâyесinin bir parçası olur.

Bir Sponsor Nasıl Bulunur?

Hedef Firma Listesi Oluştur

Firmaları şu kriterlere göre seçin:

- STEM alanında çalışan şirketler
- Mühendislik odaklı kurumlar
- Eğitim ve gençlik projelerine destek veren markalar
- Bölgenizde bulunan yerel işletmeler

Her firmaya aynı mesaj gitmez – hedefe göre iletişim şekillenir.

Profesyonel Bir Sponsor Dosyası Hazırlayın

Sponsor dosyasında bulunmalı:

- Takım tanıtımı
- Geçmiş başarılar
- Projeler ve toplumsal etki
- Sponsorluk paketleri (Bronz–Gümüş–Altın–Platin)
- Logo kullanım alanları
- Sosyal medya erişimi
- Yarışma görüntülerleri ve takım kültürü

PR ekibi bu dosyayı her sezon güncellemelidir.

Doğru Kişi ile İletişime Geçin

Firmalarda genelde iletişim kurulacak bölümler:

- Kurumsal iletişim
- Pazarlama
- İnsan kaynakları
- Sosyal sorumluluk departmanı

LinkedIn bu süreçte çok etkilidir.

Profesyonel Bir Mail Gönderin

Mail kısa, net ve değer odaklı olmalıdır:

- Kendinizi tanıtın
- Takımın misyonunu açıklayın
- Firmanın neden bu projeye uygun olduğunu belirtin
- Destek isteğini açıkça yazın
- Sponsor dosyasını ekleyin

Toplantı veya Sunum Yapın

Sponsor görüşmelerinde:

- Takım kültürünü gösterin
- Projeleri ve etkiyi örneklerle anlatın
- Logoların nerede kullanılacağını gösterin
- Sürdürülebilirlik ve geleceği vurgulayın
- Kısa, etkileyici bir sunum yapın

Profesyonel görünüm çok önemlidir.

Sponsoru Süreç Boyunca Bilgilendirin

Sponsor memnuniyeti → Gelecek sezon sponsor garantisi.

Yapılması gerekenler:

- Etkinlik fotoğrafları gönderin
- Takımın ilerlemesini raporlayın
- Yarışma sonucunu paylaşın
- Sosyal medyada şirketi etiketleyin
- Teşekkür postları yaylayın

Sosyal Medya Yönetimi

Sosyal medya yönetimi, bir FRC takımının görünürüğünü artıran, projelerini duyuran ve takım形象ını güçlendiren en kritik PR alanlarından biridir. Regional öncesinde ve sezon boyunca sosyal medyada **aktif olmak, hem jüri hem de topluluk için takımın profesyonel duruşunu gösterir**. Jüriler, özellikle Impact Award değerlendirmelerinde takımın topluluk etkisini, sürdürülebilir çalışmalarını ve projelerinin yayılmasını incelerken sosyal medya hesaplarının düzenli, kaliteli ve etkili kullanımına da dikkat eder. Düzenli paylaşım yapmak; projeleri, atölyeleri, sponsor teşekkürlerini, yarışma hazırlık süreçlerini ve takım içi kültürü görünürlük kılar. Böylece hem yeni kitlelere ulaşılır hem de sponsorluk görüşmelerinde güven sağlayan güçlü bir dijital iz bırakılmış olur. **Sosyal medya, yalnızca duyuru yapılacak bir alan değil; takım kimliğini, vizyonunu ve değerlerini dış dünyaya aktaran bir vitrin görevi görür.**

Sosyal Medya Ekibindeki Bir Kişinin Yapması Gerekenler

1. İçerik Üretme

- Post tasarımları (Canva, Figma vs.)
- Reels / TikTok formatında kısa videolar çekmek ve düzenlemek
- Takım üyeleriyle röportaj videoları hazırlamak
- Proje tanıtımı, topluluk çalışmaları, robot üretim süreci gibi seriler planlamak
- Fotoğraf çekimi (etkinlik, toplantı, çalıştay, robot üretimi, okul sunumları)

2. Paylaşım Günleri Planlama

Sosyal medya kişisinin hazırlayacağı örnek paylaşım haftası:

- Pazartesi: Haftanın STEM bilgisi veya robot yapım süreci
- Salı: Proje tanıtım postu
- Çarşamba: Takım içi çalışma – atölye fotoğrafları
- Cuma: Reels – mühendislik süreci / fun moment
- Hafta Sonu: Haftalık özeti + gelecekteki etkinlik duyuruları

Bu günler takımın akışına göre değiştirilebilir; asıl amaç düzenli ve aktif görünümektir.

3. Etkileşim Yönetimi

- Yorumlara ve mesajlara zamanında dönüş yapmak
- Etkileşimi artırmak için soru etiketleri, anketler, quizler paylaşmak
- Takım üyelerini paylaşımı yorumlamaya/yeniden paylaşmaya teşvik etmek
- Topluluk oluşturmak: diğer FRC takımlarının postlarıyla etkileşime girmek

4. Marka ve Görsel İmaj Yönetimi

- Logo, renk paleti, yazı stili gibi kurumsal kimliği korumak
- Tüm paylaşım larda profesyonel ve tutarlı bir görünüm sağlamak
- Jürilerin ❤️ “online imaj” değerlendirdiğini unutmadan ciddiyeti korumak

5. Etkinlik ve Proje Duyuruları

- Yeni projeleri, iş birliklerini ve atölyeleri duyurmak
- PR tarafından geliştirilen sosyal sorumluluk projelerini tanıtmak
- Yarışma öncesi/sonrası duyurular hazırlamak

6. Sponsorlarla İletişim İçerikleri

- Sponsor teşekkür postları
- Etiketlemelerin doğru yapılması
- Sponsor logolarının doğru kullanımı
- Anlaşma sonrası içerikleri zamanlamak

7. Yarışma Döneminde Ekstra Görevler

- Pit alanından düzenli video/fotoğraf paylaşmak
- Maçlardan anlık güncellemeler
- Tribün atmosferi – dans, slogan, spirit anları
- Gün sonu yorumu / kısa özет videosu
- Ödül kazanılırsa hızlıca duyuru postu hazırlamak



8. Analiz ve Raporlama

- Haftalık erişim, görüntülenme, takipçi artışı analiz raporu
- Hangi içeriklerin daha çok tuttuğunu belirleyip stratejiyi güncellemek
- Gerekirse paylaşım saatlerini optimize etmek

Önemli Kavramlar

Duyarlı profesyonellik (Gracious Professionalism), rekabetin içinde bile yardım etmeyi, bilgiyi paylaşmayı ve saygılı davranışmayı öğreten FRC değeridir. Bizim için kazanmak, yalnızca maç sonuçları değil; insanlara gösterdiğimiz etki, katkı ve etik duruştur.

Coopertition ise “rekabet ederken bile birbirimizi geliştirmek” demektir. Rakip takıma parça vermek, robotlarını onarmak veya bir etkinliği birlikte yürütmek, kültürümüzün doğal bir parçasıdır.

Alumni kültürü, FRC’de sürdürülebilirliğin en güçlü mekanızmasıdır. Mezunlar teknik bilgi, deneyim ve takım kimliğini yeni nesle aktarır. Cosmos Robot Works’ta alumni, sadece geçmişimizi değil geleceğimizi de inşa eden bir köprü görevi görür.

Daha fazlasını keşfetmek için FIRST Academy'e göz atabilir, FRC kültürünü ve teknik içerikleri derinlemesine inceleyebilirsiniz.

FIRST Academy Sitesinde Sizleri Neler Bekliyor?

FIRST Academy, öğrencilerden mentorlara kadar tüm topluluk için hazırlanmış kapsamlı bir öğrenme platformudur. Sitede robotik, mühendislik, takım yönetimi, güvenlik, proje geliştirme ve yarışma hazırlığı gibi alanlarda özgün eğitim içerikleri sizi bekliyor. Videolar, interaktif dersler ve pratik materyaller sayesinde hem teknik becerileriniz hem de takım içi iletişim ve liderlik yetenekleriniz gelişir.

Bu sezon eklenen yeni özellikle birlikte, mentorluk yapmak isteyen takımlar da platform üzerinden mentorluk sağlayabilir, kendi hazırladıkları eğitim içeriklerini ve kaynakları yükleyerek diğer takımlara destek olabilir. Böylece FIRST topluluğunun bilgi paylaşımı daha güçlü, daha erişilebilir ve daha sürdürülebilir bir hale gelir.

Kısacası, yarışmalarda daha güçlü, donanımlı ve bilinçli bir takım olmanız için ihtiyacınız olan bilgiler tek bir yerde toplanıyor: FIRST Academy!

SCAN ME!



Resmi FIRST
Academy
sitesine burdan
ulaşabilirsiniz

İLETİŞİM
BİLGİLERİMİZ:

COSMOS ROBOT WORKS



info@cosmos7742.com



cosmosrobotworks



cosmos7742.com